جامعة يحـي فـــارس بالمديـــــة

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية و علوم التسيير

قسم علوم التسيير

العنوان:

واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية في ظل التوجه نحو الصيرفة الّإلكترونية –دراسة حالة بنك BNA وكالة المدية –

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص: إدارة مالية

من اعداد الطالبتين:

- عسلي نسرين
- رحيم إلهام

اشراف الدكتور:

د. غزازي عماد

أعضاء الجنة المناقشة :

د/ بولصنام محمد	جامعة المدية	رئيسا
د/ غزازي عماد	جامعة المدية	مشرفا ومقررا
د/بوشنافة ميسوم	جامعة المدية	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية 2024/2023

جامعة يحـي فـــارس بالمديـــــة

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية و علوم التسيير

قسم علوم التسيير

العنوان:

واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية في ظل التوجه نحو الصيرفة الإلكترونية –دراسة حالة بنك BNA وكالة المدية –

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص: إدارة مالية

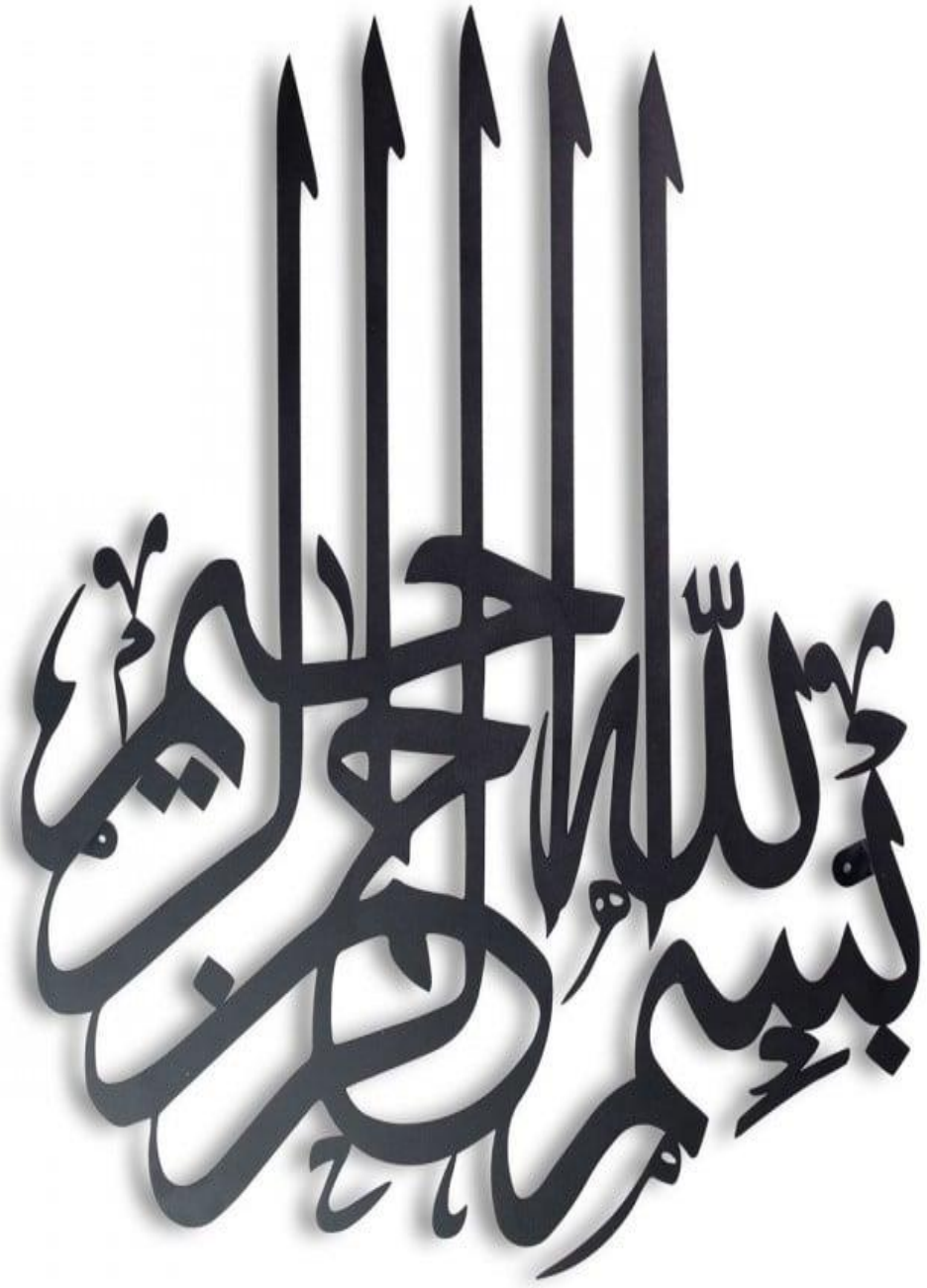
من اعداد الطالبتين:

- عسلي نسرين
- رحيم إلهام

اشراف الدكتور:

د. غزازي عماد

السنة الجامعية *2024/2023*


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

بِسۡمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحۡمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

﴿وَقُلِ ٱعۡمَلُواْ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمۡ وَرَسُولُهُۥ وَٱلۡمُؤۡمِنُونَۖ ١٠٥﴾ التوبة: 105

صدق الله العظيم

نحمد الله عز وجل أن وفقنا لإتمام هذا العمل

نتوجه بجزيل الشكر إلى من شرفنا بإشرافه على مذكرة بحثنا الأستاذ غزازي عماد الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته جزاك الله كل خير

كما نتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على إنجاز وإتمام هذا العمل

رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين .

الإهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ولا تطيب الجنة إلا برؤية وجهك الكريم جل جلالك.

إلى من حظاه الله بالهيبة والوقار.. من علمني العطاء دون إنتظار.. ذاك الذي أتجمل بحمل إسمه وكلي شرف وافتخار ..أبي الفاضل.

إلى من قرن الله عز وجل اسمه باسمها من فوق سبع طباق وأوصى ببرها من سابع سماء.. إلى من تملك جنة تحت القدم إلى حكمتي وعلمي وقوتي بعد الله.. وأعطتني بلا مقابل.... أمي الغالية.

إلى من قال فيهم "سنشد عضدك بأخيك " إلى الكتف الذي لا يميل والظل الذي أحتمي به إلى ..إلى الأعمدة الثابتة في الحياة ..أخواتي أدامكم الله ضلعا ثابتا.

إلى من تطيب الأوقات بصحبتهم و إلى من تحلوا بالاخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء وإلى من برفقتهم كانوا معي على طريق النجاح و الخير..صديقاتي العزيزات.

إلى من ساعدني من قريب أو بعيد ولو بالكلمة الطيبة .

إلهام

الإهداء

الحمد لله شكرا وإمتنانا على البدء والختام

﴿وَءَاخِرُ دَعۡوَىٰهُمۡ أَنِ ٱلۡحَمۡدُ لِلَّهِ رَبِّ ٱلۡعَٰلَمِينَ ١٠﴾ يونس: 10

من قال أنا لها "نالها" وأنا لها أبت رغما عنها أتيت بيها لم تكن الرحلة قصيرة ولا الطريق محفوفا بالتسهيلات لكنني فعلتها فالحمد لله الذي يسر البدايات وبلغنا النهايات

إلى قائدي في معركة الحياة ، إلى من أحمل اسمه بكل إفتخار ، إلى قدوتي وملجئي ومصدر قوتي ، الذي منحه الله القوة ومنحني الثقة ، رب الأسرة الذي لم يتهاون يوما على توفير سبل الخير والسعادة لنا

"أبي الغالي" حفظه الله

إلى من تستقبلني بابتسامة وتودعني بدعاء ، إلى أغلى الناس نبض قلبي جوهرة حياتي ورفيقتي ، إلى الشمعة التي أذابت نفسها من أجل أن تنير دربي التي منحتني من حنانها مافطم قلبي ، أعظم إمرأة بين نساء الكون

"أمي الغالية" أطال الله عمرها

إلى من بهم أعتز وعليهم أعتمد فبوجودهم أكتسب القوة والمحبة ، إلى من عرفت معهم معنى الحياة أخواي "محمد وصلاح الدين"

إلى من كن سند لي وتقاسما معي حنان الأم وعطاء الأب أختاي "لبنى" و"نور الهدى" وزوجها "زكرياء" إلى من منحني لقب الخالة سكر البيت "نوح"

إلى صديقتي التي كانت مؤنستي ورفيقتي على مدى خمس سنوات كاملة، إلى من تحدينا معا أيام الشقاء ، إلى التي قاسمتني وشاركتني جهد هذا العمل "إلهام"

إلى من قضيت معهم أياما لاتنسى وستبقى خالدة في ذاكرتي إلى كل صديقاتي وزملائي

إلى الذي تفضل بالإشراف على هذه الدراسة فجزاه الله كل خير وله منا كل التقدير والاحترام الأستاذ " غزازي عماد "

أهديكم جميعا هذا العمل المتواضع وثمرة جهدي والله ولي التوفيق

نسرين

المستخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل واقع الصيرفة الإلكترونية في البنك الوطني الجزائري من خلال ما يقدمه من وسائل دفع إلكترونية وخدمات مصرفية إلكترونية وذلك حتى السداسي الأول من سنة 2024 متبعين المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة.

توصلت الدراسة إلى وجود توجه في معاملات البنك الوطني الجزائري من التقليدية إلى الحديثة، والتي من أهمها البطاقات البنكية والدفع عم بعد، وهو ما ساهم إيجابا في خفض تكاليف الخدمة ورفع جودتها.

الكلمات المفتاحية: الخدمات المصرفية، الصيرفة الإلكترونية، وسائل الدفع، البطاقات البنكية، البنك الوطني الجزائري.

Abstract

This study aims to analyze the reality of electronic banking in the National Bank of Algeria through the electronic banking services it provides until the first semester of the year... by following the descriptive analytical approach.

The study found a trend in the transactions of the National Bank of Algeria from traditional to modern, the most important of which are bank cards and remote payment, which contributed positively to reducing service costs and raising its quality.

Keywords: banking services, electronic banking, payment methods, bank cards, National Bank of Algeria.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات:

المستخلص ..... -
فهرس المحتويات I
قائمة الجداول V
قائمة الأشكال VI
مقدمة ..... أ
الفصل الأول: الخدمات المصرفية الإلكترونية 9
تمهيد 2
المبحث الاول :مدخل إلى الخدمات المصرفية 3
المطلب الأول: نشأة وتطور الخدمات المصرفية 3
المطلب الثاني: مفهوم الخدمة المصرفية وخصائصها 6
المطلب الثالث: أنواع وفوائد الخدمة المصرفية 12
المبحث الثاني: الخدمات المصرفية الإلكترونية وجودتها 16
المطلب الأول : مفهوم وأهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية 16
المطلب الثاني : خصائص ومخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية 17
المطلب الثالث : جودة الخدمات المصرفية 20
خلاصة الفصل 23
الفصل الثاني: الصيرفة الإلكترونية 24
تمهيد 25
المبحث الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية 26

المطلب الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية 26
المطلب الثاني: أنواع وخدمات الصيرفة الإلكترونية 29
المطلب الثالث: مزايا وعيوب الصيرفة الإلكترونية 34
المبحث الثاني: ماهية وسائل الدفع الإلكترونية 35
المطلب الأول : تعريف وسائل الدفع الإلكترونية 35
المطلب الثاني :أنواع وسائل الدفع الإلكترونية 39
المطلب الثالث: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني 43
خلاصة الفصل 45
الفصل الثالث: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنك الوطني الجزائريBNA 46
تمهيد 47
المبحث الأول: التعريف بالبنك الوطني الجزائري بوكالة المدية 48
المطلب الأول: تقديم البنك الوطني الجزائريBNA 48
المطلب الثاني: تقديم البنك الوطني الجزائري BNA – وكالة المدية851 – 53
المطلب الثالث: وظائف وأهداف البنك الوطني الجزائري – وكالة المدية 851– 55
المبحث الثاني: توجه بنك BNA نحو الصيرفة الإلكترونية 56
المطلب الأول: الخدمات الرقمية الإلكترونية فيBNA 56
المطلب الثاني: البطاقات المعمول بها في BNA 62
المطلب الثالث: سبل تطوير الخدمات في البنك الوطني الجزائري 77
خلاصة الفصل 82
الخاتمة العامة 84
قائمة المصادر والمراجع 89

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
الجدول رقم (2-1)	يبين مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني	44
جدول رقم (3-1)	يبين أسقف البطاقة البيبنكية للبنك الوطني الجزائري	64
جدول رقم (3-2)	يبين أسقف البطاقة البيبنكية مسبقة الدفع	66
جدول رقم (3-3)	يبين أسقف بطاقة النخبة	68
جدول رقم (3-4)	يبين أسقف بطاقة VISA	72
جدول رقم (3-5)	يبين أسقف بطاقة الأعمال الخاصة بالمهنيين	74
جدول رقم (3-6)	بطاقة نخبة الأعمال للمهنيين	76
جدول رقم (3-7)	بطاقة الأعمال (الضرائب)	77

قائمة الأشكال:

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
الشكل رقم (1-1)	أبعاد الخدمة المصرفية	10
الشكل رقم(3-1)	الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري	50
الشكل رقم:(3-2)	الهيكل التنظيمي لبنك bna وكالة المدية	55
الشكل رقم:(3-3)	خدمة جهاز الدفع الإلكتروني	57
الشكل رقم:(3-4)	خدمة الدفع Wimpay-bna	58
الشكل رقم:(3-5)	خدمة الرسائل القصيرة	58
الشكل رقم:(3-6)	خدمة الصيرفة الهاتفية	59
الشكل رقم:(3-7)	البطاقة البيبنكية	65
الشكل رقم: (3-8)	البطاقة البيبنكية مسبقة الدفع	67
الشكل رقم: (3-9)	بطاقة النخبة	69
الشكل رقم: (3-10)	أشكال بطاقة النخبة	70
الشكل رقم: (3-11)	بطاقة VISA	71
الشكل (3-12)	بطاقة الأعمال للمهنيين	75
الشكل (3-13)	بطاقة نخبة الأعمال للمهنيين	76
الشكل (3-14)	بطاقة الأعمال (الضرائب)	77

مقدمة

مقدمة:

يشهد العالم موجة من التغيرات والاكتشافات العلمية بالإضافة إلى الابتكارات التكنولوجية المستمرة والمتتالية، هذه التطورات لم تقتصر على قطاع معين، بل تأثرت بها جميع القطاعات الاقتصادية، وعلى وجه الخصوص القطاع المصرفي، حيث لم يشهد استقرارًا كبيرًا نتيجة للتغيرات المستمرة في البيئة المحيطة به، وفي ظل تبني التكنولوجيا في القطاع المصرفي تسعى البنوك لتحقيق عوائد مرتفعة وجذب أكبر عدد ممكن من العملاء وتعزيز العلاقة معهم وكسب ثقتهم وولائهم.

يتميز القطاع البنكي بالمنافسة المستمرة والتجديد المستمر، حيث قامت البنوك بتكثيف استخدام التقنيات الحديثة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، ونتيجة لذلك بدأت البنوك في تقديم خدمات مصرفية إلكترونية تتسم بالسرعة والكفاءة، وتتمتع بتكلفة أقل بكثير مقارنة بالخدمات المصرفية التقليدية، التي كانت تتمثل في تقديم الائتمان وقبول الودائع.

ظهرت الخدمات المصرفية الإلكترونية كخدمات حديثة تهدف إلى تلبية احتياجات العملاء في ظل التغيرات المحيطة، حيث بدأت البنوك بالتركيز بشكل كبير على استخدام أحدث التقنيات والتنافس في تقديم أفضل الخدمات بهدف جذب العملاء، إذ تتيح الصيرفة الإلكترونية فوائد متعددة للعملاء، بما في ذلك الوصول إلى الخدمات في أي وقت ومن أي مكان وبسرعة، عبر وسائط إلكترونية مثل الدفع الإلكتروني وغيرها.

يعتبر البنك الوطني الجزائري كغيره من البنوك التي بدأت بمسايرة التحول الرقمي، وذلك بالتوجه تدريجيا من الخدمات المصرفية التقليدية إلى الخدمات المصرفية الالكترونية، وهذا سعيا لمنافسة البنوك الأخرى وتطوير خدماتها ومعاملاتها البنكية بما يؤدي إلى الحفاظ على عملائها وكسب ثقتهم من خلال الاهتمام بجودة هذه الخدمات وتطويرها.

➢ **إشكالية الدراسة:**

إنطلاقا مما سبق يمكن صياغة الإشكالية الرئيسية التالية:

ما هو واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنك الوطني الجزائري وكالة المدية في ظل تبني الصيرفة الإلكترونية؟

➢ **الأسئلة الفرعية:**

وبناءا على الإشكالية المطروحة سالفا، ومن أجل الإلمام بموضوع البحث تم طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- هل توجه البنك الوطني الجزائري إلى تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية؟
- ما مدى تبني البنك الوطني الجزائري للصيرفة الإلكترونية؟
- هل ساهمت وسائل الدفع الإلكترونية في تطوير الخدمات المصرفية في البنك الوطني الجزائري؟

➢ **فرضيات الدراسة:**

- يوجد تحول كبير في البنك الوطني الجزائري من الخدمات المصرفية التقليدية إلى الخدمات المصرفية الإلكترونية، وأهمها البطاقات الإلكترونية؛
- استطاع البنك الوطني الجزائري تبني الصيرفة الإلكترونية من خلال مجموعة متنوعة من المعاملات الرقمية؛
- تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين وتطوير الخدمات المصرفية في البنك الوطني الجزائري.

➢ **أهمية الدراسة:**

تتمثل أهمية الدراسة في:

-**الأهمية العلمية:** تكمن الأهمية العلمية في كونه موضوعا يلقي الضوء على الخدمات المصرفية الإلكترونية.

-**الأهمية العملية:** تكمن في أن البحث يمكننا من التعرف على واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في ظل التوجه نحو الصيرفة الإلكترونية في البنك الوطني الجزائري وكالة المدية.

➢ **أهداف الدراسة:**

تهدف هذه الدراسة إلى:

- فهم مختلف النواحي النظرية لموضوع الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- أهمية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في البنوك التجارية لمواكبة التطورات في قطاع الخدمات المصرفية.
- تسليط الضوء على الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنك الوطني الجزائري.
- الوقوف على أهم الوسائل التى تتم بها التعاملات في البنك الوطني الجزائري.

➢ **منهج الدراسة:**

المنهج المعتمد في دراستنا هو المنهج الوصفي التحليلي والذي يعد مناسبًا لطبيعة الموضوع، حيث يُمكّن من تعريف مختلف المفاهيم ذات الصلة بالخدمات المصرفية الإلكترونية، ويتضمن هذا المنهج استعراضًا ووضعًا وتحليلًا للمفاهيم المتعلقة بالخدمات المصرفية الإلكترونية والصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية، من خلال تحليل المراجع ذات الصلة بالموضوع، وفي النهاية يتم التوصل إلى التوصيات والاقتراحات من خلال تصميم نتائج واستنتاجات خاصة بالبنك الوطني الجزائري.

➢ **حدود الدراسة:**

يمكن تقسيم حدود الدراسة إلى جزئين :

أولا/ الحدود المكانية: تم إجراء هاته الدراسة التطبيقية بالبنك الوطني الجزائري وكالة المدية.

ثانيا/الحدود الزمنية: امتدت هذه الدراسة خلال فترة السداسي الثاني 2024.

➢ **أسباب إختيار الموضوع:**

إن مبررات إختيارنا للموضوع تكمن في:

- توجّه البنوك نحو التحديث ومواكبة التطورات التكنولوجية في مجال العمل المصرفي.
- الاهتمام بفهم المصطلحات البنكية الحديثة مثل البطاقات البنكية الذكية وعملها.
- أهمية الموضوع تكمن في طبيعته الأساسية ودوره الحيوي في تعزيز التواصل بين البنك وزبائنه.

➢ **الدرسات السابقة:**

سبق هذه الدرسة دراسات سابقة تم الإستعانة بها في هذا البحث ومنها:

1- دراسة (خليل عبد القادر، يحياوي فاطمة الزهراء، 2015) بعنوان: جودة الخدمات المصرفية وتأثيرها على رضا العملاء.

هدفت هذه الدرسة إلى تناول جودة الخدمات المصرفية وانعكاس ذلك رضا العملاء، بالتطبيق على وكالات المصارف العمومية والخاصة العاملة بمدينة المدية.

توصلت الدراسة إلى: وجود ارتفاع في مستوى جودة الخدمات المصرفية في المصارف الخاصة، مقارنة بالمصارف العمومية التي كانت متدنية، وقد انعكس ذلك إيجابا على رضا العملاء بالنسبة الأولى، وأما المتغيرات الديمغرافية فلم تؤثر في رضا العملاء، عكس عنصري لتعليم والوظيفة اللذان كانت علاقتهما طردية معه.

2- دراسة (بشراير عمران، تهتان موراد، 2016) بعنوان: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على تحسين جودة الخدمات بالمصارف –دراسة حالة الوكالات العمومية والخاصة بولاية البليدة.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على تحسين جودة الخدمات بالمصارف من خلال بعض الوكالات العمومية والخاصة العاملة بمدينة البليدة.

توصلت الدراسة إلى: إلى أن جودة الخدمات المصرفية تتأثر بمستوى الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة وهذا حسب مختلف أبعاد الجودة، كما أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيق الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

3- دراسة (بلمهدي يوسف، علام عادل، خليفي أمينة، 2018) بعنوان: الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الجزائرية –دراسة تقييمية للخدمات المصرفية الإلكترونية البنك الخارجي الجزائريBEA–.

هدفت هذه الدراسة إلى: تقييم واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الجزائرية، إذ حاول الباحث الإلمام بمختلف الأدبيات النظرية المتعلقة بالدراسة، ومن أجل إسقاط موضوعي للمفاهيم تم إجراء دراسة تقييمية للخدمات المصرفية الإلكترونية في البنك الخارجي الجزائريBEA.

توصلت الدراسة إلى أن البنك يتبنى فعليا مقاربة الخدمات المصرفية الإلكترونية حيث يجسد ذلك عبر عدة أساليب منها الدفع الإلكتروني، خدمات عبر الخط، إتصال إلكتروني.

4- دراسة (بن موسى اعمر، 2020/2019) بعنوان: الخدمات المصرفية الإلكترونية ومتطلبات تطويرها في الجزائر –دراسة ميدانية–.

هدفت هذه الدراسة إلى: معرفة واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية بالجزائر، وذلك من خلال الوقوف على مختلف التحديات والعقبات التي تحول دون تطورها، وصولا لمعرفة أهم

المتطلبات الضرورية لتطوير المعاملات المصرفية الإلكترونية في البنوك الجزائرية من وجهة نظر العاملين فيها، وتحديد آفاق نجاحها.

توصلت الدراسة إلى: زيادة الإنفاق الإستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات المصرفية بإعتبارها أهم المتطلبات التي تسهم في تقديم خدمات مصرفية متطورة.

5- دراسة (اعمر بن موسى، أحمد علماوي، 2020) بعنوان: الخدمات المصرفية الإلكترونية بين التحديات ومتطلبات النجاح.

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد التحديات التي تواجه البنوك وكيفية تجاوزها من أجل تقديم خدمات مصرفية إلكترونية وفق متطلبات نموذجية لنجاحها.

توصلت الدراسة إلى: وجود نقص تشريعات والقوانين التي تنظم العمل المصرفي الإلكتروني في الدول النامية وخاصة الجزائر، كما يتطلب تطبيق الصيرفة الإلكترونية في الدول النامية وجود بنية تحتية تقنية ومقاييس عصرية في أي دولة.

6- دراسة (ديدوش هاجرة، حريري عبد الغني، 2022) بعنوان: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية بالبنوك الجزائرية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية والتطرق إلى واقع هذه الخدمات المصرفية بالبنوك الجزائرية العامة والخاصة.

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: يتميز العمل المصرفي الجزائري بأنه يقدم خدمات مصرفية إلكترونية، لكن التطور التكنولوجي في مجال الإعلام والإتصال جعله يتبنى خدمات مصرفية حديثة أطلق عليها الخدمات المصرفية الإلكترونية.

7- دراسة (سعاد موساوي، محمد تقرورت، 2023) بعنوان: تحديد الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية – دراسة حالة البنك الجزائري-.

هدفت الدراسة الى توضيح المفاهيم المتعلقة بالتحديد الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية، ومعرفة التطور الحاصل في وشائل الدفع عبر الأنترنيت من سنة (2016-2022)، وتعرف على أهم التطورات و الخدمات المصرفية في البنك الوطني الجزائري.

توصلت هذه الدراسة إلى أن أنظمة الدفع عبر الأنترنيت عرفت تزايدا ملحوظا خلال سنتي (2021-2022) من خلال الارتفاع عمليات الدفع و السحب عبر أجهزة الصراف الآلي ATM، وأجهزة TPE، كما أن البنك الوطني الجزائري من أكثر البنوك الجزائرية تطويرا وتحديثا لخدماته المصرفية، وهو يقدم مزيجا من الخدمات المصرفية التقليدية و الحديثة، بالإضافة إلى إدخال الخدمات الصيرفة الإسلامية ضمن تشكيلات خدماته المصرفية.

في الأخير يتضح من خلال ما تم عرضه من دراسات سابقة للمذكرات أن أهم ما يميز دراستنا أنها ركزت على واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنك الوطني الجزائري وهذا بالتوجه نحو الصيرفة الإلكترونية مما أدى إلى تحسين جودة الخدمات.

- **هيكل وتقسيمات الدراسة:**

تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول تسبقها مقدمة وتعقبها خاتمة:

الفصل الأول: حاولنا في المبحث الأول التعرف على بعض المفاهيم الأساسية عن الخدمات المصرفية، والتعرف على خصائصها وأنواعها بالإضافة إلى الفوائد، وتضمن المبحث الثاني مفاهيم عن الخدمات المصرفية الإلكترونية ومخاطرها، وجودتها.

الفصل الثاني: تناولنا في هذا الفصل المبحث الأول حول الصيرفة الإلكترونية من مفاهيم وأهداف ودوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية، وأنواعها، ومزايها وعيوبها، وتضمن المبحث الثاني

وسائل الدفع وهذا بالتعرف على بعض المفاهيم الأساسية وخصائص وأهمية وسائل الدفع الإلكترونية، وكذا أنواعها ومزاياها وعيوبيها.

الفصل الثالث: فقد تطرقنا في المبحث الأول التعريف بالبنك الوطني الجزائري وهذا بتقديم البنك الأم ووكالته بالمدية ومعرفة وظائفه وأهدافه، أما المبحث الثاني يناقش الخدمات الرقمية الإلكترونية في BNA و البطاقات المعمول به، والتطرق إلى سبل تطوير هاته الخدمات.

الفصل الأول:

الخدمات المصرفية الإلكترونية

تمهيد:

تتميز العمليات المصرفية الإلكترونية، كعمليات مصرفية حديثة، عن العمليات التقليدية أو الكلاسيكية من حيث الفهم والخصائص، وطبيعة البيئة الافتراضية التي تتم فيها، وكذلك طبيعة المؤسسات الجديدة التي تقدم هذه الخدمات الإبتكارية للعملاء أو المهنيين، وطبيعة المواقع الإلكترونية التي تستخدمها البنوك والمؤسسات المالية لتقديم هذه الخدمات المالية، ولا شك أن التغيرات التي شملت دول العالم جميعاً فرضت الحاجة الملحة إلى التحسين المستمر والتفوق المستمر، خاصة مع تزايد حجم المنظمات وشدة المنافسة بينها، ولذلك ركزت معظم هذه المنظمات، وخاصة تلك الخدمية، على تحسين جودة خدماتها نظراً لأن قطاع الخدمات يمثل الآن ثلاثة أرباع الناتج الوطني الإجمالي، وتوفر الخدمات فرصاً أكبر للعمل، خاصة عند مقارنتها بالصناعات التقليدية للسلع المادية، ويأتي ذلك بعد تطور مستوى معيشة الأفراد وزيادة متطلبات الحياة الحديثة.

المبحث الاول :مدخل إلى الخدمات المصرفية.

من المعلوم أن المصارف تشكل محور أساسيا في عملية تطور إقتصاد أي دولة كانت، وهذا لما تؤديه من دور مباشر في مختلف المشاريع وفي شتى القطاعات، ويكون هذا من خلال سعي المصارف إلى تقديم وتوفير أجود الخدمات والتسهيلات للزبائن والمتعاملين بغية تلبية حاجاتهم ورغباتهم والتي بدورها تساهم إلى خلق المشاريع وفي بناء الإقتصاد الوطني.

المطلب الأول: نشأة وتطور الخدمات المصرفية:

إن التسويق العام بمفهومه العام يمثل في تقديم مجموعة من الخدمات للمنظمات والأفراد لكي يحصلوا على المنافع التي يبحثون ويجد (KOTLER 1976) بأن التسويق يمثل نشاط الأفراد الموجهة لإشباع الحاجات والرغبات من خلال عملية المبادلة وإن هذه الأنشطة تتمثل بالخدمات التي تقدمها إدارة التسويق من خلال أنشطتها الطبيعية والترويجية والتوزيعية والبحثية وغيرها، وإن تطور المفهوم التسويقي أثر بطبيعة الحال على تطور الخدمات المقدمة ومنها الخدمات المصرفية لذلك سوف نستعرض تطور مفهوم الخدمات عبر مراحل التطور الإقتصادي وتطور الأنشطة التسويقية ولقد حددت هذه المراحل بما يلي :[1]

أولا/ الخدمات المصرفية في مرحلة ما قبل التصنيع :

لقد اعتمدت المجتمعات في هذه المرحلة على الزراعة والصيد في توفير احتياجاتها ولقد تميزت هذه المرحلة بالخصائص التالية :

1 . الإكتفاء الذاتي :

حيث أن أسرة تنتج ما تحتاجه من سلع وخدمات لذلك تتصف هذه المرحلة بعدم وجود أي نشاط تسويقي وعدم وجود أي نشاط مالي أو مصرفي .

[1] محمد جاسم الصميدعى، ردينة عثمان يوسف، **التسويق المصرفي مدخل إستراتيجي .كمي .تحليلي**، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى،2005، ص-ص، 45 -48.

2 . تبادل الفائض من الإنتاج :

بعد اتجاه الأسرة إلى التخصص بالإنتاج حدث ظهور فائض في الإنتاج مما دفعهم إلى إجراء عملية المبادلة بالسلع، وذلك من خلال مقايضة سلعة بسلعة أخرى، وأن الخدمات التي كانت تقدم في تلك الفترة بسيطة شخصية طوعية أما بالنسبة إلى الخدمات المصرفية فإن معالمها لم تظهر بعد، ولكن أهم ما اتصفت فيه هذه المرحلة هو ظهور عملية التبادل.

3. ظهور النقود :

نظرا لصعوبة إجراء عملية التبادل والمقايضة و ذلك لعدم تكافئ السلع والخدمات من حيث الجودة والقيمة الحقيقية فإن ذلك دفع إلى إيجاد سلعة وسيطة تمكن الأفراد من التوصيل إلى عملية تبادل مرضية ما أدى إلى ظهور النقود والذي حقق تحول كبير في طبيعة الأنشطة المثالية .

4. الإيداع :

بعد ظهور المسكوكات الذهبية والفضية والنقود وبعد أن أصبح هنالك أفراد يمتلكون ثروات واصبحون يخشون عليها من السرقة والضياع قاموا بإيداعها في المعابد وبذلك تعتبر هذه المرحلة البداية لفكرة المصارف والخدمات المصرفية بشكل بسيط وهو الإبداع.

5. الإيداع و القروض :

لقد لجأ أصحاب الثروات إلى إيداع ثرواتهم لدى الصياغ وأن هؤلاء أخذوا يقومون بإعطاء القروض لقاء فائدة معينة ويكون القرض لفترة قصيرة إن هذه المرحلة تميزت بظهور خدمة القروض إضافة إلى خدمة الإبداع وكذلك حصل الصياغ على فائدة مقابل منح القروض.[1]

[1] محمد جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، المرجع السابق، ص46.

6. بداية المصارف:

تطور عمل الصياغ من الإبداع والقروض والتحصيل على الفائدة إلى التنسيق والتعاون فيما بينهم وقاموا بإنشاء المصارف وإصدار أوراق البنكوت لإجراء عملية المقايضة، إن الأنشطة المصرفية في هذه الفترة اقتصرت على الإبداع القروض الفائدة إصدار أوراق البنكوت.

ثانيا/ الخدمات المصرفية في مرحلة التصنيع:

تتميز هذه المرحلة بتراكم رأس المال مما دفع أصحابه إلى استثماره في المشاريع الصناعية وأن هذا الاستثمار أدى إلى زيادة الثروات، وهنا ظهرت الحاجة بشكل أكبر إلى مصارف أكثر تخصصا من الفترات السابقة بالشكل الذي جعلها تمثل مؤسسات ذات كيان لها تنظيم إدراس وكادر لديه خبرة بالعمل، وذلك نتيجة لزيادة مبالغ الإيداع وزيادة رأس مال المصارف زيادة إمكانيتها في منح القروض وإعطاء الاستثمارات.

ثالثا/ الخدمات المصرفية في مرحلة التقدم الصناعي:

تتميز هذه المرحلة باستخدام التكنولوجيا المتطورة في تقديم الخدمات المصرفية لقد وأصبحت هذه المؤسسات تتسابق فيما بينها في استخدام الأساليب الحديثة والتقنيات المتطورة لكي تتمكن من تلبية حاجات ورغبات الأفراد وجذب أكبر قدر ممكن من الزبائن لأن عملية الإيداع والافتراضي والاستثمار أصبحت غير مقتصرة على أصحاب الثروات الطائلة وأصحاب المشاريع الكبيرة وإنما أصبح أغلب الأفراد يطلبون الخدمات المصرفية وذلك من خلال الإيداع طلب القروض تحويل الرواتب إلى المصارف، طلب بطاقة الإنتمان وغيرها من الخدمة المصرفية.[1]

[1] محمد جاسم الصميدعى ، ردينة عثمان يوسف ، المرجع السابق، ص 47.

رابعا/ الخدمات المصرفية في مرحلة التقدم الصناعي:

إن التطور الكبير الذي حصل في جميع المجالات أثر بشكل كبير على الخدمات المصرفية وهذا ناتج من: [1]

- تزايد الطلب على الخدمات المصرفية.
- زيادة عدد المصارف وتنوع الخدمات المقدمة.
- زيادة عدد الفروع التابعة المصارف.
- اتساع الرقعة الجغرافية التي تنتشر عليها هذه المصارف و فروعها.
- استخدام الحاسوب الألي في تنفيذ العمليات المصرفية.

. الاشتراك في شبكة الأنترنت لتسهيل عملية الترويج والاتصال بالزبائن.

المطلب الثاني: مفهوم الخدمة المصرفية وخصائصها.

تعتبر الخدمات المصرفية مكونا هاما لأعمال البنوك، بل إنها تعتبر الآن أكثر الأنشطة التي تنال الإهتمام و التطوير حيث أصبحت ميدانا رئيسيا للتنافس فيما بين البنوك، ويلزم الفكر المعاصر على تطوير الخدمات المصرفية بحيث يكون وسيلة وهدف في نفس الوقت فهي تهدف لتحقيق جانب من الإيرادات نتيجة أداء الخدمة، كما أنها في نفس الوقت أداء لجذب المتعاملين سواء في أنظمة الودائع وفي أنظمة التوظيف والإستثمار التي يمارسها البنك وهو ما يؤدي بشكل غير مباشر إلى تحقيق إيرادات أكبر للبنوك.

[1] محمد جاسم الصميدعى، المرجع السابق، ص48.

أولا/ مفهوم الخدمة المصرفية:

الخدمات المصرفية تشكل حيز التواصل المستمر بين المصرف ومختلف زبائنه، حيث تعددت تعاريفها بإختلاف زوايا نظر المفكرين إليها، ولكن قبل تحديد مفهوم الخدمة المصرفية لا بد من التطرق إلى مفهموم الخدمة بصورة عامة:

***1*. تعريف الخدمة**

لقد تعددت تعاريف ومفاهيم الخدمة، وبالتالي سوف نعطي بعض التعاريف التي أظهرتها أدبيات التسويق كالآتي:

❖ عرف كل من (Myran and blanken ، 141،1984 pr) فإنهم يعرفون الخدمة إستنادا إلى دور الذي تلعبه في إنجاز الأعمال أو تسهيلات التي يحصل عليها المستفيد، لذلك فإن الخدمة تمثل من خلال نظرهما عمل أو تسهيلات تساعد في إنجاز الأعمال وتسهل أمور المستفيد.[1]

❖ عرفت الخدمة من طرف الجمعية الأمريكية لتسويق بأنها "النشاط أو المنافع التي تعرض للبيع أو تعرض لإرتباطها بسلعة معينة".[2]

❖ وعرف Adrain plme الخدمة بالقول: "بأن الخدمة هي عملية إنتاج منفع غير ملموسة بالدرجة الأساس، أما بحد ذاتها أو كعنصر جوهري من منتج ملموس، حيث يتم من خلال أي شكل من أشكال التبادل في إشباع حاجة أو رغبة مشخصة لدى عميل أو مستفيد ".[3]

[1] محمود جاسم الصميدعى، ردينة عثمان يوسف، **تسويق الخدمات**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2010، ص 23.
[2] هاني حامد الضمور، **تسويق الخدمات** ، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة الرابعة، 2008، ص 20.
[3] بشير العلاق، **ثقافة الخدمة**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 38.

❖ أما (Kotler & Armstrong) فقد عرفا الخدمة "بأنها نشاط أو منفعة يقدمها طرف إلى طرف آخر وتكون في الأساس غير ملموسة ولا يترب عليها أية ملكية فتقديم الخدمة قد يكون مرتبطة بمنتج مادي أو لا يكون".[1]

1. مفهوم الخدمة المصرفية

بعد التطرق لمفهوم الخدمة بشكل عام، يمكننا الأن إعطاء مفهوم للخدمة المصرفية باعتبارها شكلا خاصا من الخدمات.

▪ يمكن تعريف الخدمة المصرفية:" عبارة عن مايقدمه المصرف في إطار نشاطه للطرف الثاني المتمثل في العميل لإشباع حاجاته ورغباته المختلفة، أما من منظور المصرف فهي تمثل مصدر للربح".[2]

▪ تعرف الخدمة المصرفية على أنها:" مجموعة أنشطة تتعلق بتحقيق منافع معينة للعميل، سواء كان ذلك بمقابل إلى عملائه".[3]

▪ كما تعرف بكونها نشاط أو منفعة يؤدي أو يوزع من قبل البنك لفرد أو مجموعة من الأفراد أو لجهة أخرى يترتب عليه أو عليها مخرجات غير ملموسة لا يمتلكها الفرد أو الجهة المؤدئ أو الموزع لها.[4]

---

[1] حميد الطائي، بشير العلاق، **تسويق الخدمات مدخل إستراتيجي ـ تطبيقي ـ تحليلي**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 34.

[2] سومية فرقاني، **وسائل الدفع الحديثة كمدخل لعصرنة الخدمات المصرفية في البنوك**، مذكرةلماستر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، في العلوم التجارية، جامعة الدكتور يحي فارس، المدية، 2013/2012، ص 28.

[3] زياد رمضان و آخرون ، **الإتجاهات المعاصرة في الإدارة البنوك** ، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2000، ص 307.

[4] سعاد موساوي، محمد تقرووت، **تحديث الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية ــدراسة حالة البنك الوطني الجزائري-** ، مجلة الريادة لإقتصاديات الأعمال، المجلد 09، العدد02، جوان 2023، ص168.

▪ و يمكن تعريفها بأنها:"مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من قبل المصرف، والتي يدركها المستفيدون كم خلال ملامحها وقيمها المنفعية والتي تشكل مصدرا للإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والإئتمانية الحالية والمستقبلية وفي الوقت ذاته تشكل مصدرا لأرباح المصرف من خلال لعلاقة التبادلية بين الطرفين".[1]

ويتجسد المضمون المنفعي للخدمة المصرفية في بعدين أساسين هما: [2]

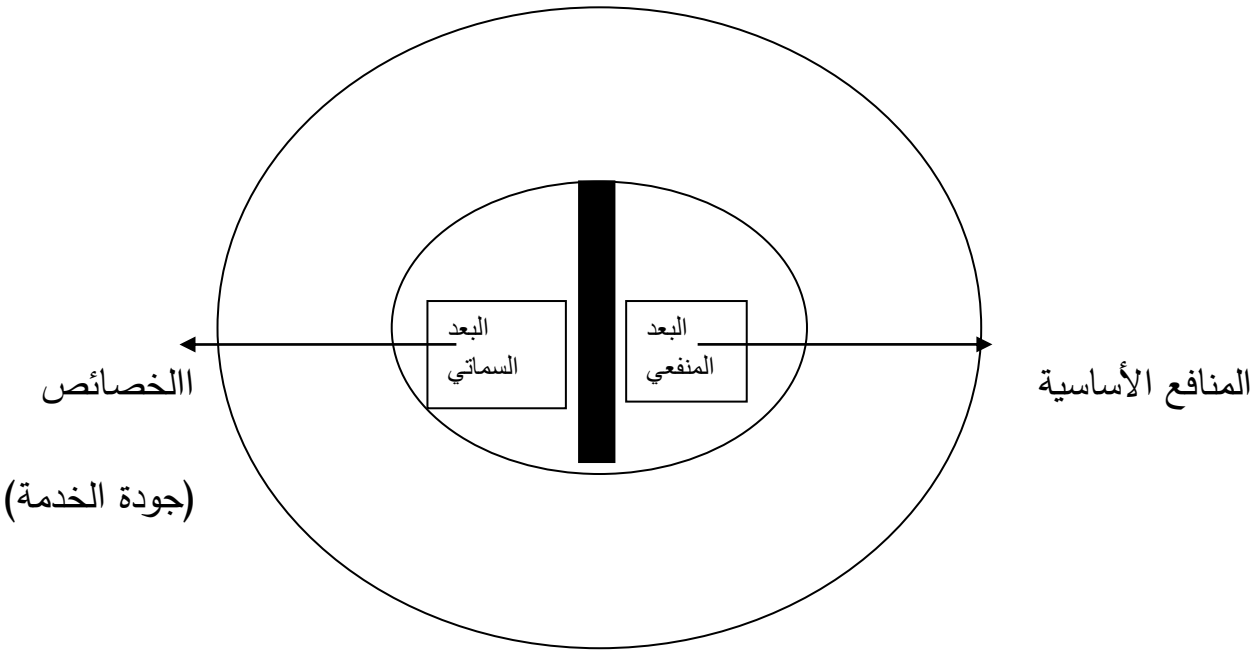
أ- **البعد المنفعي** : المتمثل في مجموعة المنافع المادية المباشرة التي يسعى العميل (فردا أو مؤسسة) للحصول عليها من خلال شرائه للخدمة المصرفية.

ب- البعد السماتي (الخصائصي): ويتمثل في مجموعة الخصائص والسمات التي يتصف بها المضمون المنفعي للمباشر للخدمة.

وإذا كان البعد الأول يرتبط بالعميل نفسه، فإن البعد الثاني يرتبط بالخدمة المصرفية نفسها ويوضح الشكل (1.1) الخدمة المصرفية ببعديها المنعي و السيماتي .

[1] تيسير العاجرمة، **التسويق المصرفي**، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، الطبعة الأولى، 2005، ص 32.
[2] ناجي معلا، **الأصول العلمية للتسويق المصرفي**، عمان، الطبعة الثالثة، 2007، ص43.

الشكل رقم (1-1): أبعاد الخدمة المصرفية



المصدر: ناجي معلا، مرجع سبق ذكره، ص44.

ثانيا/ خصائص الخدمة المصرفية

تكمن خصائص الخدمات المصرفية فيما يلي:[1]

1- عدم ملموسية الخدمة: معنى ذلك بأن الخدمة المصرفية ليس لها تجسيد مادي، وبالتالي لا يمكن إدراكها بالحواس، وبناءا على ذلك فإنه لا يمكن نقلها أو تخزينها أو تعبئتها أو فحصها قبل الشراء.

2- الإعتماد على الودائع: تعتمد المصارف على الودائع في تأدية جميع خدماتها المصرفية وهي تمثل المصدر الأساسي لتمويل المصارف وتحقيق أرباحه.

3- تعدد وتنوع الخدمات المصرفية: يتعين على المصرف تقديم مجموعة واسعة من الخدمات والمنتجات المصرفية التي تلبي تنوع احتياجات الزبائن من الاحتياجات التمويلية والإئتمانية.

[1] عبده ناجي، **تسويق الخدمات المصرفية** ، اتحاد المصارف العربية، لبنان، 2003، ص32.

4- الانتشار الجغرافي: من بين مميزات الخدمة المصرفية سرعة الإنتشار من خلال فتح أكبر عدد من الفروع المصرفية.

5- الخدمة المصرفية لا يمكن تجزئتها قبل شرائها أو استخدمها: كما لا يمكن نقلها أو تحريكها ماديا.

6- صعوبة تقييم الخدمات المصرفية: لأنها غير ملموسة يصعب لمس خصائصها المادية والمنفعية.

7- صعوبة التميز في الخدمة المصرفية: الخدمة المصرفية لا تختلف إلا في حدود قليلة جدا، ولهذا فإنها تتصف بقدر كبير من التشابه والنمطية.

8- التوازن بين النمو والمخاطر: بمعنى أن أي عمل مصرفي موضوعي يتصف بالضرورة ايجاد توازن بين توسع نشاطه ودرجة المخاطر التي يتحملها المصرف.

كما تتميز الخدمة المصرفية عن باقي الخدمات بخصائص متعلقة بطبيعة النشاط المصرفي والتي تتمثل في ما يلي:[1]

أ- التأكد من تقديم مايطلبه العميل: لأن الخدمة بطبيعتها ليست شيئا ماديا ملموسا يمكن الحكم على مواصفاته بمعايير مطلقة وثابتة بين كل العملاء، فإن الحكم النهائي على ما يقدمه المصرف للسوق يرتبط بما يطلبه ويتوقعه العميل عند هذه الخدمة.

ب-احتياج الخدمات المصرفية إلى نوعية خاصة من العاملين المهرة: والذين يتميزون بسرعة الأداء والدقة في العمل وأن يكونوا ذو كفاءات عالية.

[1] فضل محمد إبراهيم المحمودي، **التسويق المصرفي**، جامعة العلوم والتكنولوجيا، صنعاء، الطبعة الأولى، 2013، ص24، ص25.

ج-الإفتقار إلى هوية خاصة: وتعني أن الخدمات التي تقدمها المصارف تكاد تكون متشابهة أو متطابقة، وأن العميل في اختياره للمصرف أو الفرع الذي سيتعامل معه، سيعتمد في ذلك على القرب الجغرافي أو على الراحة والملائمة التي يقدمها ذلك المصرف، وعليه فإن المصرف سيسعى إلى إرسال هوية متميزة عن طريق الإهتمام بموقعه، سمعته، كفاءة موظفيه وزيادة الجهود الإعلانية وأحيانا ابتكار منتجات جديدة لمواجهة حدة النافسة وجذب المزيد من هؤلاء العملاء.

د- صعوبة تحديد السوق المصرفية بدقة: وخاصة في الدول النامية وذلك لعدم استقرار الأوضاع الإقتصادية والسياسية من جهة والقصور الواضح في الجهود والأنشطة التسويقية للمصرف من جهة أخرى.

هـ- في الوقت الحاضر تتطلب الأنشطة المصرفية استخدام أحدث التقنيات لتنفيذها.

المطلب الثالث: أنواع وفوائد الخدمة المصرفية.

أولا/ أنواع الخدمات المصرفية

تنقسم خدمات البنوك إلى نوعين هما :

1- الخدمات المصرفية التقليدية:

يمكن إجمال الخدمات المصرفية التقليدية التي تقدمها البنوك التجارية في النواحي التالية:[1]

أ-قبول الودائع بمختلف أنواعها وتتألف من:

[1] رشاد العصار، رياض الحلبي، **النقود و البنوك**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2000، ص 70.

➢**ودائع لأجل:** وهي الوديعة التي تودع لدى البنك التجاري ولا يجوز لصاحبها سحبها أو سحب جزء منها إلا بعد انقضاء المدة المتفق عليها مع البنك.

➢**ودائع تحت الطلب (الحساب الجاري):** وهي الودائع التي تودع لدى البنك دون قيد أو شرط ويستطيع صاحبها أن يسحب منها في أي وقت شاء أثناء الدوام الرسمي للبنك ولا يدفع البنك فائدة على هذا النوع من الودائع.

➢**ودائع تحت الإشعار:** وهي الوديعة التي لا يمكن لصاحبها السحب منها إلا بعد إخبار البنك فترة زمنية متفق عليها.

ب- توظيف الموارد البنك التجاري على شكل قروض ممنوحة للعملاء والإستثمارات متعددة مع مراعاة أسس توظيف أموال البنك وهي الربحية والسيولة والضمان.

2- الخدمات المصرفية الحديثة:

ونظرا لاتساع أعمال المصارف التجارية وزيادة نشاطها فقد تغيرت النظرة للمصرف من مجرد مكان لتجميع الأموال وإقراضها إلى مؤسسة كبيرة تهدف إلى تأدية الخدمات المصرفية للمجتمع وزيادة تمويل المشاريع التنموية في الدولة فقد أدى ذلك إلى الإزدهار الإقتصادي والحد من البطالة والعمل على وقف التضخم المالي ورفع مستوى المعيشة لدى الفرد وهذا كله أدى إلى ظهور وظائف حديثة للمصرف التجاري سنجملها في الوظائف التالية: [1]

✓تقديم خدمات استشارية للعملاء فيما يتعلق بأعمالهم ومشاريعهم التنموية لنيل ثقتهم بمصرف.

✓المساهمة في دعم وتمويل في المشاريع التنموية التي تخدم المجتمع في بالدرجة الأولى.

[1] رشاد العصار، رياض الحلبي، مرجع سبق ذكره، ص 71.

- ✓المساهمة في تمويل ودعم المشاريع السكنية.
- ✓شراء وبيع الأوراق المالية وحفضها لحساب العملاء.
- ✓إصدار خطاب ضمان.
- ✓تحويل العملة للخارج.
- ✓إصدار الشيكات السياحية.
- ✓فتح الاعتمادات المستندية.
- ✓خدمات البطاقة الإئتمانية .
- ✓شراء وبيع العملات الأجنبية والمحلية.
- ✓إدارة أعمال وممتلكات العملاء.
- ✓الصراف الآلي.

كما يمكن ذكر خدمات مصرفية حديثة أخرى كما يلي:[1]

- ✓القروض الإستهلاكية.
- ✓التأجيل التمويلي.
- ✓المساهمة في تمويل مشروعات المخاطرة.
- ✓تقديم الخدمات الإستثمارية للمضاربة في الأسهم.

[1] محمد الصيرفي، **إدراة المصارف**، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2007، ص 20 .

ثانيا: فوائد الخدمات المصرفية

تمتع الخدمات المصرفية بعدة مزايا تؤدي الى زيادة توظيفات المصرف وزيادة موارده:[1]

1. الخدمات المصرفية تؤدي الى زيادة توظيف اموال المصرف فعندما يقوم اي بنك بتقديم خدمات مصرفية لعملائه، تؤدي في النهاية الى منح العميل ائتمانا يكون مقترنا بالخدمة ذاتها وقصير الأجل وينتهي بانتهاء الخدمة وهو يشكل عنصر موائمة لوقت استحقاق الدفع ووقت توفير الأموال لدى المتعاملين.

2. تؤدي الخدمة المصرفية الى زيادة موارد البنك من خلال اجتذاب عملاء الأمر الذي يؤدي الى زيادة ودائعه بالإضافة الى ان الخدمات تجعل العميل يرتبط اكثر بالبنك وتجعل البنك يمارس نشاطه المالي مما يؤدي الى زيادة تعامل مع البنك وكلما زاد احتفاظ المتعاملين بأمواله لدى المصرف هذا يعني ثقتهم به واعتمادهم عليه.

3. تعتبر الخدمة المصرفية وسيلة للدعاية والإعلان: يقوم المصرف بإنشاء قاعدة عريضة من الخدمات المتنوعة للمتعاملين معه مما لا شك ان تداول أسهم المصرف بين عدد كبير من الأشخاص، يشكل إعلانا غير مباشر للمصرف وخاصة اذا ارتبط اسم المصرف بتقديم خدمة جديدة مما يساعد على اجتذاب عدد كبير من غير المتعاملين مع المصرف للحصول على تلك الخدمة.

4. تحقيق عمولات و اسعار فائدة أعلى بكثير مما يحققه البنك في حالة الإقراض يحقق البنوك عمولات من خلال الخدمات المصرفية وخصوصا البطاقات الالكترونية وتكون أعلى بكثير من حيث الفوائد في حالة الاقراض.[2]

[1] ربى " محمد تيسير " السقال ، **قياس جودة الخدمات المصرفية المقدمة في المصارف التجارية** ، ادار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى،2016 ، ص ـ ص 60 - 61.

[2] ربى "محمد تيسير" السقال، مرجع سبق ذكره، ص61.

المبحث الثاني: الخدمات المصرفية الإلكترونية وجودتها.

تمكن معظم البنوك زبائنها من فتح وإدارة مختلف أنواع الحسابات المصرفية عن بعد وبطريقة إلكترونية، كما يسعى القطاع البنكي إلى تحسين كيفية تقديم الخدمة بغية المحافظة على الزبائن الحاليين مع استقطاب آخرين في نفس الوقت.

المطلب الأول : مفهوم وأهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية .

أولا/ مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية

تعددت تعاريف الخدمة المصرفية الإلكترونية ونذكر منها:

عرفت الخدمة المصرفية الإلكترونية بأنها:"مجموعة من التقنيات والأساليب التكنولوجية التي أفرزتها الثورة التكنولوجية، والتي أدخلت في النظام المصرفي من أجل تسهيل العمليات المصرفية بين مختلف الأطراف الاقتصاديين والمتعاملين بشكل عام، والتي تشمل كل المعلومات المالية بين المنظمات والأفراد والشركات".[1]

كما عرفت بأنها:" تقديم البنوك الخدمات المصرفية التقليدية أو المبتكرة من خلال شبكات اتصال إلكترونية تقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تحددها البنوك".[2]

وتعرف أيضا في إطارها الواسع على أنها:" تنطوي على تقديم خدمة عبر وسائل وشبكات الكترونية مثل الانترنت، ويتضمن هذا التصور ليس فقط الخدمات التي اعتادت مؤسسات

[1] صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، **أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن** -دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الاردني في عمان- الأردن، مذكرة ماجستير، إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2016، ص 27.

[2] وسيم محمد الحداد، شقيقي نوري موسى، محمود ابراهيم، نورا صالح الزرقان، **الخدمات المصرفية الإلكترونية**، دار المسيرة والنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الطبعة الأولى، 2012، ص 194.

الخدمة التقليدية على تقديمها، وانما ايضا تلك الخدمات المقدمة من قبل الصناعيين ممن يعتمد نجاحهم على جودة هذه الخدمة".[1]

من خلال التعاريف السابقة نجد أن الخدمات المصرفية الإلكترونية هي كافة الخدمات أوالنشاطات التي يتم تنفيذها بواسطة الوسائل الإلكترونية (أنترنت، صراف آلي، الحاسب المحمول ...) من قبل المصارف، حيث يمكن للعميل الوصول إلى حسابه وتنفيذ عملياته والحصول على معلومات تتعلق بمنتجات وخدمات مالية عبر شبكة الإنترنت دون زيارة الفرع.

ثانيا /أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية

يمكن إيجاز أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية في النقاط التالية: [2]

- تخفيض النفقات التي يتحملها البنك لإجراء المعاملات.
- زيادة ارتباط العملاء بالبنك.
- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء.
- تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة.
- الصمود بوجه المؤسسات المصرفية الأخرى.

المطلب الثاني : خصائص ومخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية .

ثانيا /خصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية

يمكن إجمال أهم خصائص ومميزات الخدمات المصرفية الإلكترونية فيمايلي:

- الخدمات المصرفية الإلكترونية تفتقد للأوراق، فكل المراسلات تتم بطريقة إلكترونية.

[1] محمد سمير احمد، **التسوق الالكتروني**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الاردن، 2009، ص89.
[2] بخوش رميسة، بلقاسمي شريفة، **دور أنظمة ووسائل الدفع الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي التبسي -تسبة- 2018/2017، ص54.

- يقوم العميل بالخدمة المصرفية الإلكترونية عن بعد وبدون الحضور إلى البنك.
- الخدمات المصرفية الإلكترونية تتم من خلال بنوك إلكترونية، توظف أقل عدد ممكن من العمال ويمكن القيام بها على مدار الساعة من ليل ونهار، ومن ثم فإن تكلفتها أقل بكثير من تكلفة الخدمات المصرفية العادية. [1]
- المساهمة في نجاح التطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصالات وأجهزة الكمبيوتر والبرامج المعلوماتية.
- اتصاف هذه الخدمات بالمرونة والسهولة والسرعة، مما يتيح توسيع دائرة التعامل بها داخل المؤسسات المصرفية والمالية، مما يؤمن الحماية والتكامل بين المعلومات والخدمات المصرفية الإلكترونية.
- سهولة التواصل بين الداخل والخارج من خلال شبكة الاتصالات التكنولوجية المتطورة، مما يسمح بتخطي العقبات الجغرافية والزمنية في إنجاز الصفقات المصرفية والتجارية والمالية بشكل عام .
- خفض تكلفة الخدمات المصرفية بالمقارنة مع الوسائل الأخرى، مما يساعد على انتعاش التجارة الإلكترونية، وزيادة فرص إنشاء العلاقات التجارية الدولية دون الحاجة لفتح أسواق جديدة .
- تؤمن للمصارف وسائل جديدة للإعلان عن خدماتها المصرفية وإمداد العملاء بالمعلومات عن أرصدتهم، وتوفير الخدمات الممكنة.
- توفير المزيد من فرص الاستثمار، وبالتالي زيادة فرص العمل. [2]

[1] صليح بونفلة ، **النظام القانوني للعمليات المصرفية الإلكترونية**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2020/2019، ص34.

[2] نادر عبد العزيز شافي ، **المصارف والنقود الإلكترونية** ، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، 2007، ص 155، 156، 157.

ثانيا/ مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية

يصاحب تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية مخاطر متعددة شملت ما يلي:

1. مخاطر التشغيل :

تنشأ مخاطر التشغيل من عدم التأمين الكافي للنظم أو عدم ملاءمة تصميم النظم أو إنجاز العمل أو أعمال الصيانة وكذا نتيجة إساءة الاستخدام من قبل العملاء وذلك على النحو التالي:

- عدم التأمين الكافي للنظم: تنشأ هذه المخاطر عن إمكان اختراق غير المرخص لهم لنظم حسابات البنك بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء وإستغلالها سواء تم ذلك من خارج البنك أو من العاملين به، بما يستلزم توفر إجراءات كافية لكشف وإعاقة ذلك الاختراق.
- عدم ملاءمة تصميم النظم أو إنجاز العمل أو أعمال الصيانة وهي تنشأ من إخفاق النظم أو عدم كفاءتها.
- إساءة الاستخدام من قبل العملاء وذلك نتيجة عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية أو بسماحهم لعناصر إجرامية بالدخول إلى حسابات عملاء آخرين أو القيام بعمليات غسيل الأموال باستخدام معلوماتهم الشخصية أو قيامهم بعدم إتباع إجراءات التأمين الواجبة.

2. مخاطر السمعة :

تنشأ مخاطر السمعة في حالة توفر رأي عام سلبي اتجاه البنك، الأمر الذي يؤثر على بنوك أخرى، نتيجة عدم مقدرة البنك على إدارة نظمه بكفاءة أو حدوث إختراق مؤثر لها.[1]

3. المخاطر القانونية :

تقع هذه المخاطر في حالة انتهاك القوانين أو القواعد أو الضوابط المقررة خاصة تلك المتعلقة بمكافحة عمليات غسيل الأموال، أو نتيجة عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات

[1] وسيم محمد الحداد وآخرون، **الخدمات المصرفية الإلكترونية**، مرجع سبق ذكره ، ص 200.

القانونية الناتجة عن العمليات المصرفية الإلكترونية ومن ذلك عدم وضوح مدى توفر قواعد لحماية المستهلكين في بعض الدول أو لعدم المعرفة القانونية لبعض الاتفاقيات المبرمة باستخدام وسائل الوساطة الإلكترونية.

4. المخاطر الأخرى :

يرتبط أداء الخدمات المصرفية الإلكترونية بالمخاطر الخاصة بالخدمات المصرفية التقليدية، و من ذلك مخاطر الائتمان والسيولة وسعر العائد ومخاطر السوق مع احتمال زيادة حدتها، فعلى سبيل المثال فإن استخدام قنوات غير تقليدية للاتصال بالعملاء وإمتداد نشاط منح الائتمان إلى عملاء عبر الحدود قد يزيد من احتمالات إخفاق بعض العملاء في سداد إلتزاماتهم. [1]

المطلب الثالث : جودة الخدمات المصرفية .

أولا/ مفهوم جودة الخدمة المصرفية:

عرفت الجودة بكونها الخصائص والصورة الكلية للمنتج التي تقوي القدرة على إشباع حاجات معينة أو ضمنية للزبون، وأنها خلو الخدمة من أي عيب أثناء إنجازها وأنها نتيجة الحكم المتعلقة بتوقعات الزبون المدركة عن الخدمة والأداء الفعلي لها. [2]

كما تعرف جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية بأنها ملاءمة ما يتوقعه العملاء من الخدمة المصرفية المقدمة إليهم مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصل عليها العملاء نتيجة حصولهم على الخدمة، لذا فالخمة الجيدة من وجهة نظر العملاء هي التي تتفق وتتطابق مع توقعاتهم.[3]

ونجد أيضا في مفهوم جودة الخدمة المصرفية بأنها عادة ما ينظر إليها من وجهتي نظر إحداهما داخلية والأخرى خارجية، في حين تقوم وجهة النظر الداخلية على أساس الإلتزام

[1] وسيم محمد الحداد وآخرون، **الخدمات المصرفية الإلكترونية**، مرجع سبق ذكره، ص 201.
[2] تسيير العجارمة، مرجع سبق ذكره، ص 329.
[3] سعيد محمد سعيد البردويل، **الخدمات المصرفية الإلكترونية المطبقة في البنوك الإسلامية وعلاقتها برضا العملاء**، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد و العلوم الإدارية، إدارة أعمال، جامعة الأزهر، غزة، 2015، ص 11.

بالمواصفات القياسية التي تكون الخدمة المصرفية قد صممت على أساسها، ووجهة النظر الخارجية تركز على جودة الخدمة المصرفية كما يدركها عملاء المصرف.

يميز بعض الباحثين بين ثلاثة أبعاد مختلفة لجودة الخدمة المصرفية:

1_ البعد المادي

2_ المرافق والتسهيلات

3_ الأفراد القائمين على تأدية الخدمة [1]

من التعاريف السابقة نجد أن جودة الخدمات المصرفية هي الجودة التي يتوقعها العملاء وهي التي تساعد البنك على الإحتفاظ بموظفيه وجذب زبائن جدد وتطوير العلاقات بين الزبون والمصرف إضافة إلى تخفيض التكاليف وزيادة الأرباح، لذا فجودة الخدمة المصرفية تتمثل في الإمكانيات التي يمتلكها البنك لتقديم الخدمات المتوقعة من طرف الزبون وتكون ذات جودة عالية.

ثانيا/ أهمية جودة الخدمة المصرفية

تمثل الجودة أهمية كبيرة للمصارف منها:

1. تحقيق الربح: إن توفير خدمات مصرفية ترضي العملاء من شأنها أن تزيد من ربحية البنك وذلك من خلال تخفيض تكاليف الخطأ، كما أن الربح يتحقق من خلال الاحتفاظ بالعميل الذي يساعد على جذب عمال، وأن ترسيخ صورة البنك لدى العملاء من شأنه أن يحقق زيادة حجم الودائع.

[1] ناجي معلا، مرجع سبق ذكره، ص 54.

2.الاحتفاظ بالعاملين: إن تحسين أداء ومهارات العاملين وكفاءاتهم واستخدام طاقاتهم والمعاملة الجيدة لهم يساعد على تقليل معدل دوراتهم، وتقليل تكاليف تدريبهم، وحقيقة أن البنك الأكثر نجاحاً هو الذي يسعى لتوجيه عمل موظفيه نحو خدمة العملاء وإرضائهم.

3.الاحتفاظ بالعملاء: لقد أدركت البنوك أهمية التركيز على العميل باعتباره المحور الرئيسي للنشاط المصرفي، وكذا الاحتفاظ به للمنافع التي يمكن أن يجنبها البنك من ذلك

4.الحصول على ولاء العملاء : ويظهر ذلك من خلال إصراره على التعامل مع نفس البنك.[1]

ثالثا/ مستويات جودة الخدمة المصرفية

يمكن التمييز بين خمسة مستويات لجودة الخدمة المصرفية وهي : [2]

- الجودة المتوقعة من قبل العملاء وتتمثل في الجودة التي يرى العملاء وجوب وجودها.
- الجودة كما تدركها إدارة المصرف وما تراه مناسبا بشأنها.
- الجودة الفنية المحددة بموجب المواصفات النوعية للخدمة المصرفية إن وجدت.
- الجودة الفعلية التي تؤدى بها الخدمة.
- الجودة المروجة للعملاء .

[1] العايشي مريم، اعماد صفية، **جودة الخدمة البنكية و تأثيرها على المنافسة بين البنوك**، مذكرة ماستر، كلية علوم الاقتصادية والتسيير وعلوم تجارية ، جامعة أحمد دراية أدرار ، الجزائر، 2017/2016 ، ص 16.

[2] ناجي معلا، مرجع سبق ذكره، ص 50 ، 56.

خلاصة الفصل:

نستخلص من دراستنا من هذا الفصل أن الخدمة المصرفية المقدمة من طرف المصارف تمثل مصدرا لإشباع حاجات العملاء، فهي تعمل على معرفة ميول العملاء وتلبية حجاتهم ورغباتهم المتغيرة من خلال تقديم خدمات مصرفية متنوعة ومتعددة بجودة عالية، فالجودة هي الركيزة الأساسية في تطوير الخدمة المصرفية.

كما ساعدت وسائل العمل الإلكترونية في الحصول على خدمات إلكترونية الحديثة، مثل ما يسمى بالخدمات عبر الهاتف، وساهمت الخدمات المصرفية الإلكترونية بدرجة كبيرة في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعميل لما تقدمه من مزايا وإيجابيات مختلفة.

الفصل الثاني:

الصيرفة الإلكترونية

تمهيد:

تعاظم الإهتمام بالصيرفة الإلكترونية حيث أصبحت البنوك تنظر إليها على أنها فرصة لزيادة الربحية والحصة السوقية للبنك بإستخدام المزيد من أدوات ومجالات الصيرفة الإلكترونية.

ومع التطور التكنولوجي أصبحت البنوك تتسابق بالبحث عما يخدم زبائنها بصورة أفضل، ويتعين عليها البحث عن أفضل السبل لجذب العملاء، فهناك مجموعة من الأنظمة والبرامج التي توفرها المؤسسات المصرفية والمالية من أجل تسهيل عمليات الدفع الإلكتروني، حيث تعمل هذه العمليات وفق مجموعة من القواعد والقوانين التي تضمن للمستخدم السرية التامة، فإن العمل المتناسق لوسائل الدفع الإلكترونية حديثة النشأة يتطلب تنظيما قانونيا ودرجة أمان عالية.

المبحث الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية.

يعد مفهوم الصيرفة الإلكترونية من أحدث المفاهيم الإقتصادية التي لاقت إهتماما كبيرا من طرف الباحثين خلال السنوات الأخيرة الماضية، حيث عملت على الإستفادة القصوى من تكنولوجيا المعلومات والإتصالات، وأصبح بإمكان عملاء المصارف القيام بعمليات المبادلات "شراء وبيع" من خلال شبكة الإتصالات.

المطلب الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية.

أولا/ تعريف الصيرفة الإلكترونية

تشهد دول العالم المتقدم ثورة متتابعة في العمل المصرفي، إذ تم الإنتقال من المصارف التقليدية التي لها وجود مادي في شكل فروع ومعاملات تتبادل فيها المستندات والنقود المعدنية والورقية إلى المصارف الإفتراضية التي تعتمد على الركائز أوالوسائط الإلكترونية وظهرت أنواع جديدة من النقود وهي النقود الإلكترونية وكذلك البنوك الإلكترونية والخدمات المصرفية الإلكترونية.[1]

وفي هذا الإطار يمكن تعريف الصيرفة الإلكترونية بأنها :"إستخدام الحواسب الشخصية والإشتراك في الأنترنت للتعامل والتبادل الفوري للمعلومات التي تربط في شكل شبة تظم المؤسسات المالية والأسواق المالية والشركات والمستثمرين والمتعاملين، يأخذ ذلك شكل برنامج إبتكاري للتواصل بين المشتركين عن طريق البريد الإلكتروني.[2]

---

[1] ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، **الصيرفة الإلكترونية**، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، 2008،ص27.

[2] كمال مولوج، محمد طلحة، عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية إعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية – مداخلة بعنوان **الصيرفة الإلكترونية وتأثيرها على جودة الخدمات المصرفية**، جامعة المدية، بجاية، ص02.

وتعرف أيضا على أنها:" إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية، أي بإستخدام تكنولوجيات الإعلام والإتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالسحب أو بالدفع أو بالتحويل أو غير ذلك من أعمال المصارف، وهذا ما يمكن العميل القيام ببعض العمليات مع مصرفه وهو في منزله دون التنقل إلى البنك".[1]

ويقصد بها كذلك أنها "تضم كافة النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها بواسطة الوسائل الإلكترونية مثل: الهاتف والحاسب والصراف الآلي والأنترنت وغيرها...، وذلك من قبل المصارف أو المؤسسات المالية، وكذلك العمليات التي يجريها مصدرو البطاقات الإلكترونية وأيضا المؤسسات التي تتعاطى التحويل النقدي إلكترونيا".[2]

من خلال التعاريف السابقة نستخلص أن الصيرفة الإلكترونية هي تقديم خدمات مصرفية متنوعة بإستخدام مختلف الأدوات الإلكترونية كالأنترنت والحواسيب الشخصية والموزعات الآلية وغيرها، فهي تتيح الخدمة المصرفية التي تحقق مزايا لكل العملاء والمصارف من أي مكان خلال 24ساعة وبسرعة أينما كان العميل.

ثانيا: دوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية

1. دورة الإتصالات والمعلومات: والتي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي، ومنه التطلع إلى تقديم خدمات مصرفية ومالية متطورة ومتنوعة إعتمادا على ما أنتجته التكنولوجيا وثورة المعلومات.

2. تطور التجارة الإلكترونية: والتي تتم المعاملات فيها بإستخدام الوسائل الإلكترونية خاصة الأنترنت والتي أصبحت تتميز بخصائص عديدة تميزها عن التجارة التقليدية التي إعتادت هذه

[1] عائشة بوتلجة، **الصيرفة الإلكترونية**، مطبوعة جامعية موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر، مالية وبنوك، جامعة شلف - حسيبة بن بوعلي - 2021/2020، ص19.

[2] صلاح الدين حسن السيسي، **التجارة الدولية والصيرفة الإلكترونية**، دار الكتاب الحديث، ص129.

المؤسسات المالية التعامل في ظلها ومعها، مما جعل التطوير الواعي لإستراتيجيات وأساليب عمل البنوك ضرورة خدمية وليس ترفا أو هدرا للأموال.

3. وجود منافسة شديدة: بين البنوك بعضها البعض ومع غيرها من المؤسسات المالية، هذه المنافسة التي أصبحت لا تقتصر على الإقتصاديات الوطنية بل إكتسبت أبعادا دولية في ظل تحرير التجارة العالمية.

4. تزايد دخول العديد من المؤسسات المالية غير المصرفية: مثل شركات التأمين وشركات الأوراق المالية ومنافستها لبنوك، حيث أصبح العديد من هذه المؤسسات يقدم مجموعة الخدمات وثيقة الصلة بعمل البنوك.

5. وجوب تطوير الأداء بصفة مستمرة: سواءا للبنوك وغيرها من المؤسسات المالية لرفع مستوى الكفاءة التشغيلية لتقديم أفضل خدمة لعملائها، وخاصة أن الكثير من العملاء أصبحوا يطلبون خدمة رفيعة المستوى بتكلفة تنافسية، مستفيدين من المنافسة المتزايدة بين المؤسسات.

6. دخول العديد من المؤسسات التجارية والإقتصاديات سوق الأعمال المصرفية: ومن أهم الأمثلة في ذلك قيام بعض المحلات الكبيرة في تقديم خدمة لعملائها في صورة كوبون يستخدم عند التسوق فيها وبالتالي تقل الحاجة للتعامل مع البنوك.

ثالثا/ أهداف الصيرفة الإلكترونية

تهدف الصيرفة الإلكترونية إلى:[1]

- وسيلة لتعزيز حصة المصارف في السوق المصرفي.

[1] بوعكوش حنان، زايدي شادية، **حماية العمليات المصرفية في ظل تطور الصيرفة الإلكترونية –دراسة حالة بنك الخليج الجزائر وكالة تبسة-** مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، علوم إقتصادية،2019/2018،ص10.

- وسيلة لتوسيع نشاطات المصارف داخل وخارج الحدود الوطنية.
- وسيلة لتخفيض التكاليف.
- إتاحة المعلومات عن الخدمات التي يؤديها البنك دون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة.
- حصول العملاء على الخدمات المصرفية وغير المصرفية في أي وقت وأي مكان.

المطلب الثاني: أنواع وخدمات الصيرفة الإلكترونية.

أولا/ أنواع الصيرفة الإلكترونية

تتمثل مختلف أنواع الصيرفة الإلكترونية فيما يلي:[1]

1. الصيرفة الإلكترونية من خلال الحاسوب الشخصي :

وهي تلك العمليات التي تتم عبر شبكة الأنترنت من خلال الحاسوب الشخصي، إذ يزود المصرف زبائنه ببرامج خاصة تتيح لهم إجراء عمليات وصفقات مالية إلكترونية آمنة، وكذلك الإطلاع على حساباتهم والحصول على معلومات مالية خاصة ومهمة، وأيضا معرفة مقدار السحوبات من بطاقات السحب الشخصية الخاصة بهم.

الصيرفة الإلكترونية من خلال الحاسوب الشخصي هي شكل من أشكال الخدمات المصرفية عبر الأنترنت التي تمكن العملاء من تنفيذ المعاملات المصرفية من خلال جهاز كمبيوتر عن طريق المودم (modem)، وفي معظم عروض الصيرفة من خلال الحاسوب الشخصي يقدم المصرف للعميل المالك برنامجا محاسبيا وماليا يتيح له إجراء معاملاته المالية من جهاز الكمبيوتر بمنزله.

[1] أحمد بوراس، السعيد بريكة، **أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر**، دار الكتاب الحديث، ص-ص(102-104).

2.الصيرفة عبر الهاتف المصرفي:

تعتمد هذه الخدمة أيضا على وجود ترابط بين فروع المصرف الواحد ككل وتمكن الموظف من تقديم الخدمة الهاتفية من خلال الوصول لبيانات العميل مباشرة من أي فرع من المصرف، حيث يقوم العميل بالاتصال برقم موحد للحصول على خدمة محددة من مصرفه، أينما يجد هناك موظفا خاصا يقوم بالرد على العميل للوصول إلى بيانات حول العميل ويبدأ بتوجيه أسئلة محددة للتأكد من هويته.

قامت المصارف الكبرى على وجه الخصوص بإنشاء مراكز للاتصال لخدمة العملاء، مما يوفر عليها الكثير من الخدمات التي تستغرق منها ومن العميل وقتا كبيرا، زيادة على اقتصاد في التكلفة، وطورت هذه الخدمة لاسيما في الدول المتقدمة وأصبح العميل يشعر بخصوصيته مع المصرف الذي يتعامل معه، وساعدت هذه المراكز على نمو علاقة خاصة بين العميل والمصرف، وتطورت هذه الخدمة إلى أن أصبح الآن استخدام الهاتف في تقديم الخدمات المصرفية وذلك بإدخال أجهزة البريد التلقائي على مكالمات العملاء وتقدم خيارات لهم لإجراء عمليات متعددة، مثل: خدمات استعلامية، خدمات تحويل المبالغ لجهات معلومة...، آخر التطورات التي تتم الآن هو استخدام هذه المراكز للإجابة على رسائل البريد الإلكتروني الذي أصبح أداة فعالة بين المصرف والعميل، كما مكن اتجاه المصارف نحو الإندماج والمشاركة في الإدارة وإنشاء المؤسسات من وضع مراكز هاتفية موحدة وذلك لتقليل التكلفة وتوحيد الجهود المبذولة.[1]

3. الصيرفة عبر الهاتف النقال:

وهناك من يسميها بالمصارف الخلوية وتقوم هذه القناة على تزويد الزبون بالخدمة المصرفية في أي مكان وأي وقت. وتشمل الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال الخدمات

[1] أحمد بوراس، السعيد بريكة، مرجع سابق الذكر، ص-ص(103-104).

المعلوماتية، كالاستعلام على الأرصدة والإطلاع على عروض المصارف وأسعار العملات والفوائد ومعدلاتها والإستشارات والنصائح بشأن القروض والتسهيلات ومواقع المصرف الفعلية ودوائره وغير ذلك من الخدمات الإستعلامية. كما تشمل الخدمات المالية كتحويل الأرصدة من حساب إلى حساب وخدمات الدفع النقدي وفتح الحسابات وغلقها، وغيرها من الأعمال والخدمات المصرفية.

4. الصيرفة عبر التلفزيون:

ظل التلفزيون منذ أكثر من عقد من الوسائل الناجحة للإعلام الجماهيري وقد تم تطوير نظام التليفزيون ليتيح التراسل من المشترك لمقدمي خدمة الإرسال وأصبح ما يطلق غليه بالتليفزيون التخاطبي.

بدأ التليفزيون التخاطبي في إحتلال موقعه في الدول المتقدمة وبدأت العديد من الشركات في التحول لتقديم هذه الخدمة بالمشاركة مع مؤسسات مالية لتوصيل الخدمة للمشتركين، وأصبحت جذابة حيث أن السعة التي يتيحها التليفزيون لنقل المعلومات عبر الصورة تفوق تلك التي يمكن نقلها عبر تراسل البيانات التقليدي بحوالي 6 أضعاف.

وأصبحت خدمة الأنترنت يتم تقديمها عبر شبكة التليفزيون التخاطبي خاصة وأن التليفزيون احتل مكانته في المنازل، ومن أمثلة ذلك في بريطانيا احتل مصرف (H.S.B.C) الريادة في استخدام التقنيات في المصرفية، باستثماره لمبلغ 600 مليون دولار في شركة أويين التليفزيونية خلال عام 2001.[1]

[1] نورالدين جليد،أمينة بركان، **الصيرفة الإلكترونية والمصارف الإلكترونية**، مجلة المعارف، العدد العاشر، جوان 2011، قسم 1/ العلوم القانونية والإقتصادية، ص255.

5. الصيرفة عبر بنوك الأنترنت:

تختلف بنوك الأنترنت عن بنوك الحاسوب الشخصي في أنها لا تحتاج حزمة برمجية خاصة بها تكون مثبة على جهاز معين، وإنما من خلال الموقع الإلكتروني للبنك يتم توفير قناة يتم من خلالها إجراء عمليات مصرفية ككشف الحساب أو تسديد الفواتير أو شراء شيئ معين. ويمكن أن يقوم بها أي شخص دون الحاجة إلى فتح حساب لدى البنك ولا إقتناء حاسوب شخصي كي يزود ببرامج مالية خاصة من طرف البنك، ويطلق أحيانا مصطلح بنوك الأنترنت على عمليات الصيرفة عبر الحاسوب الشخصي، حيث تستخدم الأنترنت كقناة لتسليم منتوجات وخدمات هذه الأخيرة والتي يمكن من خلالها تثمين النشاط المصرفي.

يصل الزبون إلى خدمات بنوك الأنترنت وكذا حسباته من برنامج متصفح الأنترنت الذي يعمل مع خادم ويب وليس على جهاز المستخدم، ولقد وضعت أكثر البنوك ومنها بنوك الويب أو التي تعرف أيضا بإسم البنوك الإفتراضية على شبكة الأنترنت الإعلان في المقام الأول في شكل موقع معلوماتي أو تفاعلي حتى مواقع للمعاملات.[1]

ثانيا/ خدمات الصيرفة الإلكترونية

تتمثل خدمات الصيرفة الإلكترونية فيما يلي:

1. **خدمات أجهزة الصرافات الآلية:** تم تطبيق للمكنية في مجال خدمة عملاء البنك عندما تم تركيب أجهزة صرف العملة النقدية لدى البنوك والتي سهلت للعميل القدرة على سحب ما يحتاج إليه من عملة نقدية فقط دون الحاجة إلى نحو أكشاك الصرف بالبنك، وتعتبر هذه التقنية بداية مبسطة لأحد جوانب نظام التحويل الإلكتروني للأموال.[2]

[1] أحمد بوراس، السعيد بريكة، مرجع سابق الذكر، ص-ص(105-106).
[2] مورادي سعيدة، **الصيرفة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع والمأمول**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص إقتصاد نقدي وبنكي، جامعة أحمد دراية -أدرار- 2019/2018، ص10.

2.نظام الإيداع المباشر: يسمح هذا النظام بإضافة المبالغ التي تصل إلى العميل بصورة دورية متكررة إلى حسابه لدى المصرف الذي يتعامل معه مباشرة وبشكل آلي، كأن تضاف إلى الحساب مدفوعات الأجور ورواتب التأمين الاجتماعي، شيكات المعونة الحكومية، أرباح الأسهم وما يشبه ذلك من مدفوعات دورية.

3.السحب الآلي المباشر: في هذه الحالة على العميل أن يفوض المصرف الذي يتعامل معه مقدما على إجراء هذه المدفوعات بصفة دورية حسب التعليمات الصادرة إليه.

4.الإستعلام المصرفي: يكتسي الإستعلام المصرفي أهمية خاصة في عصرنا الحاضر نظرا لسهولة الإتصالات وإنتقال المعلومات بأساليب والطرق الحديثة، حيث يتيح الإستعلام المصرفي الإطلاع على المعلومات الخاصة بعملائها، والتي لا تكون في متناول الآخرين وهي تأمن إدارة مصالحها ومصالح عملائها بصورة أفضل.

5.وسائل الدفع والسداد الحديثة: مع بداية التحول إلى عصر المعلوماتية وفي ظل تفجر الإستخدام المكثف لتقنيات المعلومات والإتصالات قامت صناعة الخدمات المصرفية بتوفير نظم وتطبيقات جديدة تحقق الإستفادة القصوى من إتاحة التكنولوجيات الحديثة لهذه الخدمات.

6.الإعتماد المصرفي الإلكتروني: يقوم المستورد بإرسال طلب إصدار إعتماد مستندي وذلك بواسطة الحاسب الإلكتروني، فإذا قبل المصرف مصدر الإعتماد طلبه فإنه يقوم بإرسال رسالة معادة بالوسيلة نفسها ويرسل نص الإعتماد إلكترونيا إلى المستفيد، وقبل إنتهاء صلاحية الإعتماد يرسل المستفيد إلكترونيا الفواتير اللازمة المتعلقة بالشحن، كما يقوم بالطلب مع الأطراف المشاركة في العملية كالشحن والمؤمن والمفتش أن يقوموا بإرسال رسائل إلكترونية بمستنداتهم للمصرف مصدر الإعتماد.[1]

[1] جناح مسيكة، قرادي أسماء، **الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين أداء الجهاز المصرفي**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص مالية، جامعة إبن خلدون، تيارت، 2017/2016،ص-ص(49-50).

المطلب الثالث: مزايا وعيوب الصيرفة الإلكترونية.

هناك العديد من المزايا التي يستفيد منها العملاء أهمها:[1]

- توفير الوقت.
- توفير الجهد.
- خفض التكلفة.
- سهولة الوصول لها على مدار الساعة.
- الإنتشار في الأماكن المتعددة.
- تعتبر أكثر أمانا إذا استخدمت كبديل عن النقود.

أما عيوب إستخدام الصيرفة الإلكترونية هي:

- عدم توفير الأمان والسرية على إستخدام القنوات الإلكترونية.
- صعوبة الإستخدام مثل صعوبة اللغة.
- قلة الثقة في استخدام الصيرفة الإلكترونية والقناعة بالتعامل مع الفروع المباشرة.
- عدم توفر المهارات اللازمة لإستخدام الخدمة مثل عدم المعرفة في إستخدام الأنترنت.
- عدم توفر الأجهزة اللازمة لإستخدام القنوات الإلكترونية مثل عدم توفر الحاسوب.

عدم المعرفة بهذه الخدمات الإلكترونية.

[1] أديب قاسم شندي، **الصيرفة الإلكتروونية أنماطها وخيارات القبول والرفض**، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية، العدد 2011/27، ص15.

المبحث الثاني: ماهية وسائل الدفع الإلكترونية.

وسائل الدفع الإلكترونية تمثل تطوراً إلكترونياً لوسائل الدفع التقليدية، وقد جعلت التجارة الإلكترونية منها حلاً للعوائق التي نشأت نتيجة استخدام الوسائل التقليدية للدفع.

المطلب الأول : تعريف وسائل الدفع الإلكترونية.

هذا المطلب يستعرض تعريف وسائل الدفع الإلكتروني مع تحديد خصائصها، ويسلط الضوء على أهميتها ودورها في تعزيز التجارة الإلكترونية، سيتم تقسيم الموضوع كما يلي:

أولا/ مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية.

يقصد بالدفع الإلكتروني على أنه: "كل عملية تحويل للأموال الخاصة بسلعة معينة، أو خدمات معينة بطريقة رقمية أي باستخدام أداة إلكترونية وإرسال البيانات عبر خط هاتفي أو شبكة معينة أو أي طريقة لإرسال البيانات ".[1]

وتعرف وسيلة الدفع الإلكتروني بأنها: "الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر الشبكات العمومية لإتصالات ". [2]

كما تعرف وسائل الدفع الإلكترونية على أنها:" وسيلة إلكترونية بها قيمة نقدية مخزنة بطريقة الكترونية كبطاقة أو ذاكرة كومبيوتر، مقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها، يتم وضعها في متناول المستخدمين كبديل عن العملات النقدية والورقية وذلك بهدف احداث تحويلات إلكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة."[3]

---

[1] حمودي فريدة، **التجارة الإلكترونية في القانون الجزائري**، حوليات جامعة الجزائر1، المجلد 34، العدد 03، 2020، ص17.

[2] إيمان مأمون أحمد سليمان، **إبرام العقد الإلكتروني وإثباته الجوانب القانونية لعقد التجارة الإلكترونية**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية،2008، ص129.

[3] سمية عبابسة، **تحديات العمليات البنكية الالكترونية في الجزائر** –دراسة حالة وكالات سوسييتي جنرال الجزائر SGA بقسنطينة، أطروحة دكتورة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص مالية البنوك، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، 2017، ص 102.

عرفت أيضا على أنها: "وسائل تسمح بتحويل الأموال لكل شخص، مهما كان السند المستعمل (سند بنكي كالشيكات الخاصة، بطاقات الدفع، سند لأمر تحويلات بنكية)، ودور البنك هنا هو دور المشرف، خصوصا في إصدار الشيكات وأيضا بإصدار وتحصيل الأوراق التجارية الأخرى باسم ولحساب العميل."[1]

مما سبق يتضح لنا أن:" وسائل الدفع الإلكتروني هي أدوات تستخدم لإتمام عمليات الدفع والتحويل المالي عبر الإنترنت بشكل آمن ومريح، تتضمن هذه الوسائل مجموعة متنوعة من التقنيات والخدمات التي تمكن المستخدمين من تحويل الأموال والقيام بالمعاملات المالية بشكل فعال، سريع، ومنتظم.

كما تتميز وسائل الدفع الإلكتروني بسهولة الاستخدام والسرعة والأمان، مما يجعلها خيار شائعا للعديد من الأفراد والشركات عند إجراء المعاملات المالية عبر الإنترنت.

ثانيا/ خصائص وسائل الدفع الإلكترونية .

تتميز وسائل الدفع بمجوعة من الخصائص تكمن فيما يلي:[2]

- **يتسم الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية:** أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول، حيث يتم إستخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم خاصة بما ان عمليات التجارة تتوسع إقليميا ودوليا، وبذلك تساعد وسائل الدفع الإلكترونية على تحسين السيطرة على عمليات التوزيع والنقل.

[1] حوالف عبد الصمد، **النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني**، أطروحة دكتورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبوبكر بلقايد-تلمسان،2014 -2015 ص17.

[2] صلاح الياس، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول "عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية إعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر "، مداخلة بعنوان " **مستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديثة** "، سيدي بلعباس،ص8.

○ **يتم الدفع بإستخدام النقود الإلكترونية:** وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.

○ **يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد:** حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدة في المكان، ويتم الدفع عبر شبكة الإنترنت أي من خلال المسافات بتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الإتصال أي من خلال المسافات بتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الإتصال اللاسلكية، يتم إعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات إلكترونية تسمح بالإتصال المباشر بين طرفي العقد.[1]

○ **يتم الدفع الإلكتروني بأحد الأسلوبين:**

الأول: من خلال نقود مخصصة سلفا لهذا الغرض، ومن ثم ادفع لا يتم إلا بعد الخصم من هذه النقود، ولا يمكن تسوية المعاملات الأخرى عليها بغير هذه الطريقة، ويشبه ذلك العقود التي يكون الثمن فيها مدفوع مقدما.

الثاني: من خلال البطاقات البنكية العادية، حيث لا توجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض، بل إن المبالغ التي يتم السحب بهذه البطاقات قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كالشيك لتسوية أي معاملة مالية.

○ **يلزم تواجد نظام مصرفي في معد لإتمام ذلك:** أي توفر أجهزة تتولى هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأطراف وتوفير الثقة فيما بينهم .

○ **يتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات :**

[1] صالح الياس، المرجع السابق، ص9.

الأولى: شبكة خاصة يقتصر الإتصال بها على أطراف التعاقد، ويفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية ومالية مسبقة بينهم.

الثانية: شبه عامة، حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة.

وهذه الخصائص بالتأكيد تسمح بتقليل وتخفيض تكاليف العمليات التجارية إضافة إلى أنها تنظم الوقت علاوة على تحسين إدارة النقد والشراكة التجارية بين الممولين والعملاء.

ثالثا/ أهمية وسائل الدفع الإلكترونية.

تتمثل أهمية وسائل الدفع الإلكترونية في جملة من النقاط نذكر منها:[1]

- ✓اختصار المسافات الجغرافية.
- ✓التعريف بالبنوك والترويج بخدماتها.
- ✓تقديم خدمات بنكية أخرى بجودة عالية على مدار الوقت.
- ✓تخفيض النفقات التي كانت تتحملها البنوك جراء الخدمة المقدمة.
- ✓تعزيز رأس المال الفكري والإتصال.
- ✓تطوير تكنولوجيا المعلومات والإتصال.
- ✓مواكبة مستجدات اعمل البنكي العالمي.

[1] خليلي أحمد، المعتز بالله لخداري، **واقع وسائل الدفع الإلكترونية المصرفية في البنوك التجارية، -** حالة القرض الشعبي الجزائري CPA-، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية –دراسات اقتصادية، جامعة زيان عاشور، المجلد 2، العدد 36، الجلفة، الجزائر، دون سنة نشر، ص58.

✓الاستفادة من مزايا التجارة الإلكترونية.

المطلب الثاني :أنواع وسائل الدفع الإلكترونية.

تعددت وتنوعت وسائل الدفع الحديثة وتتمثل أهمها فيما يلي:

أولا/ البطاقات البنكية.

يطلق عليها أيضا البطاقات البلاستيكية ويمكن تعريفها على "أنها عبارة عن بطاقة مغناطيسية تسمح لحاملها باستخدامها في شراء معظم حاجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة من الأموال التي قد تتعرض لمخاطر السرقة والضياع أو التلف، حيث تمكن صاحبها أو حاملها من سحب النقود من الآلات المخصصة لذلك.[1]

ثانيا/ بطاقة الإئتمان credit card:

البطاقة الإئتمانية عبارة عن طاقة بلاستيكية أوورقية مصنوعة من مادة يصعب العبث بها تصدرها جهة ما تكون بنك أوشركة إستثمار.

1.تعريفها:

تعرف بطاقة الإئتمان بأنها بطاقات تصدر بواسطة مؤسسة مالية بإسم أحد الأشخاص وتقوم تلك بطاقة بوظيفتى الوفاء والإئتمان، أي أن حاملها يملك إمكانية تتبع سداد المبالغ التي إستعملها في إعتماد مفتوح من جانب تصدر البطاقة، ويشبه هذا النوع من البطاقات الأخرى، إلا أن وجه الإختلاف بينها في وقت دفع المستحقات نهاية الشهر، حيث تكون ،

[1] خليلي أحمد، المعتز بالله لخذاري، واقع وسائل الدفع الإلكترونية المصرفية في البنوك الجزائرية – حالة القرض الشعبي الجزائريcpa- مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية- دراسات إقتصادية36(02)، جامعة المسيلة، ص59.

الأقساط الدورية متناسبة مع الدخل الشهري لحامل البطاقة وما يتبقى من مستحقات يعتبر بمثابة قرض على نسبة فائدة .

كما أنها عبارة عن بطاقة بلاستيكية يصدرها البنك لصالح عملائه بدلا من حمل النقود، فهي بطاقة مستطيلة الشكل تحمل اسم المؤسسة مصدرة لها، وشعارها، وتوقيع حاملها بشكل بارز على وجه البطاقة ورقمها واسم حاملها ورقم حسابه وتاريخ إنتهاء صلاحيتها، وبموجب هذه البطاقة يمكن لحاملها سحب المبالغ النقدية من أجهزة (ماكينات) سحب النقود، وأن يقدمها كأداة وفاء للسلع والخدمات، أوقد تكون أداة للإئتمان .[1]

وتنقسم البطاقات الإئتمانية بدورها إلى:

- **بطاقة إئتمان متجددة:** هي بطاقة تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة وتتيح لحاملها فرصة الحصول على السلع والخدمات مع الدفع الآجل لقيمتها ولا يستلزم ذلك بالضرورة وجود مبالغ مالية بحساب العميل حال استخدامه للبطاقة المصدرة.[2]

- **بطاقة الخصم الفوري أو بطاقة الدفع الفوري:**

هي البطاقة التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية في صورة حسابات جارية للمعلومات لدى البنوك لمواجهة السحوبات المتوقعة، فعندما يقوم حامل البطاقة بشراء أي خدمة من التجار يقوم التاجر بإرسال مستندات الشراء إلى البنك الذي يقوم بدوره بالخصم من حساب العميل مباشرة بالقيمة المستحقة عليه كما يمكن الخصم أيضا بقيمة المسحوبات النقدية من آلات سحب النقود.[3]

[1] أحمد بوراس، السعيد بريكة، مرجع سبق ذكره ص- ص(206- 207).
[2] بوعيشة علي، طلحاوي جميلة، **وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في رفع الإيرادات المالية للبنوك التجارية**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص مالية المؤسسة، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2022/2021،ص13.
[3] بوعيشة علي، طلحاوي أمينة، المرجع السابق، ص12.

يطلق عليها اسم البطاقة الوفائية وهي البطاقة التي تعطى بسقف محدد، ويقوم العميل في العادة بدفع قيمة المطالبة كاملا خلال فترة ما بين ثلاث إلى خمسة وأربعين يوما، وتختلف عن البطاقة الإئتمانية في أن السداد يتم كاملا من قبل العميل للبنك خلال الفترة المحددة والتي جرى فيها السحب.

ثانيا/ البطاقات الذكية:

البطاقة الذكية هي بطاقة تحتوي على معالج دقيق يسمح بتخزين الأموال من خلال البرمجة الأمنية، والتأكد من سلامة المعاملة من الخداع، وهذه البطاقة تستطيع التعامل مع بقية الحواسيب، ولا تتطلب تفويض أو تأكيد لصلاحية البطاقة من أجل نقل الأموال من المشتري إلى البائع.[1]

ثالثا/ الشيكات الإلكترونية:

يعرف الشيك على أنه محور ثلاثي الأطراف معالج إلكترونيا بشكل كلي أو جزئي، يتضمن أمرا من شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بأن يدفع مبلغا من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد ولعل الشيك الإلكتروني هو أكثر الأوراق التجارية التي يمكن الإستفادة منها في مجال التقنيات الإلكترونية .[2]

[1] عماد الدين بركات، طيبي حورية، **وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية**، مجلة القانون والتنمية المحلية، مخبر القانون والتنمية المحلية، أدرار- الجزائر، المجلد1، العدد2، جوان 2019،ص128.

[2] المرجع المذكور أعلاه، ص128.

رابعا/ النقود الإلكترونية:

يقصد بالنقود الإلكترونية مجموعة من البروتوكلات والتوقيعات الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات النقدية، وبعبارة أخرى فإن النقود الإلكترونية أوالرقمية هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي من المعتاد تداولها، ولكي يكون نظام النقود الإلكترونية المعتمد بالكامل على البرمجيات فعالا وناجحا لابد من وجود ثلاثة أطراف فيه هم: الزبون أوالعميل، التاجر/البائع، البنك الذي يعمل إلكترونيا عبر الأنترنت.[1]

خامسا/المحافظ الإلكترونية:

المحفظة الإلكترونية هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية ممغنطة مزودة شريحة حوسبية، يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي أوتكون قرصا مرنا، يتم نقل القيمة المالية منه أو إليه عبر الأنترنت بإستخدام برامج معينة.

وتعرف أيضا على أنها:" برنامج يقوم المستخدم بتنصيبه على جهاز الحاسوب الشخصي، ويتم تخزين المعلومات الشخصية وأرقام البطاقة الإئتمانية في هذا البرنامج، وعندما يقوم المستخدم بعملية الشراء يضغط على كبسة واحدة على هذا البرنامج ليتم تعبئة المعلومات المطلوبة آليا، وظهرت هذه الطريقة بدلا من قيام العميل بتعبئة نموذج الشراء عن كل عمليةً".

[1] بوعيشة علي، طلحاوي أمينة، مرجع سبق ذكره، ص17.

المطلب الثالث: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني.

الجدول رقم (2-1) يبين مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني

الجهات	المزايا	العيوب
حامل البطاقة	- سهولة ويسر إستخدام تحت الأمان وتفادي السرقة والضياع. - توفير فرصة الحصول على الإئتمان المجاني لفترة محددة. - إتمام الصفقات فوريا بمجرد ذكر رقم البطاقة.	- زيادة الإقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية. - عدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع إسمه في القائمة السوداء.
التاجر	- تعد أقوى ضمان لحقوق البائع. - تسهم في زيادة المبيعات. - نقل عبئ متابعة ديون الزبائن إلى عائق البنك والشركات المصدرة.	- قد تؤدي مخالفته أو عدم إلتزام بالشروط إلى إلغاء البنك التعامل معه ووضع إسمه في القائمة السوداء وما يترتب على ذلك من صعوبات في ممارسة نشاطه التجاري.

مصدر البطاقة	- تعزيز الأرباح من خلال الفوائد والرسوم والغرامات.	- خطر تعثر سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم. - تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.

المصدر: محمد عبد الحسين الطائي، مرجع سبق ذكره، ص185.

خلاصة الفصل:

ظهرت الصيرفة الإلكترونية كإحدى ثمار التكنولوجيا البارزة، إذ تهدف إلى تطوير وتحسين وسائل تقديم الخدمات المصرفية، وذلك بما يتوافق مع التقدم التكنولوجي المستمر. وبظهور الصيرفة الإلكترونية التي تعتمد بشكل أساسي على الإنترنت، تم تقديم وسائل دفع حديثة تخلو من التداول النقدي، مما يتناسب مع التطورات الحالية، هذه الوسائل تتميز بتقليل الجهد وتخفيض تكلفة الخدمات، وتُعتبر وسيلة فعّالة لتلبية احتياجات العملاء بكل يسر وسهولة.

الفصل الثالث:

واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنك الوطني الجزائريBNA

تمهيد:

تسعى معظم البنوك التجارية ومنها البنك الوطني الجزائري BNA إلى إبراز مختلف خدماته باعتبارها محدد إستراتيجي لبقاء المصرف و إستمراره.

وبعد تطرقنا لأهم النقاط في الجانب النظري الشاملة لموضوع الخدمات المصرفية الإلكترونية، سنحاول في هذا الفصل التعرض إلى الجانب التطبيقي بإسقاط الدراسة ميدانيا بتحليل طبيعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنك محل الدراسة، وذلك بتقسيم الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: تقديم البنك الوطني الجزائري BNA.

المبحث الثاني: الخدمات المصرفية الالكترونية في بنكBNA.

المبحث الأول: التعريف بالبنك الوطني الجزائري بوكالة المدية.

سنتناول في هذا المبحث نشأة البنك وتعريفه بالإضافة إلى التعرف على هيكله التنظيمي وأهم نشاطاته.

المطلب الأول: تقديم البنك الوطني الجزائريBNA.[1]

أولا/ تعريفه:

يعد البنك الوطني الجزائري من أولى البنوك التي أنشأت في الجزائر منذ الاستقلال و بالتالي هو أقدم بنك عمومي تتفرع عنه 214 وكالة موزعة عبر كامل التراب الوطني وهو عبارة عن مؤسسة نقدية عمومية يمارس كل النشاطات المرخصة للبنوك التجارية كما أنه يحتوي على 19 مديرية جهوية للإستغلال، كما يحتوي على أكثر من مليون ونصف حساب ويحتوي على أكثر من 2.7 مليون زبون من الخواص والمؤسسات الناشطة بمختلف الأحجام، الشيء الذي يمنحه مكانة رئيسية على مستوى الجهاز المصرفي الجزائري.

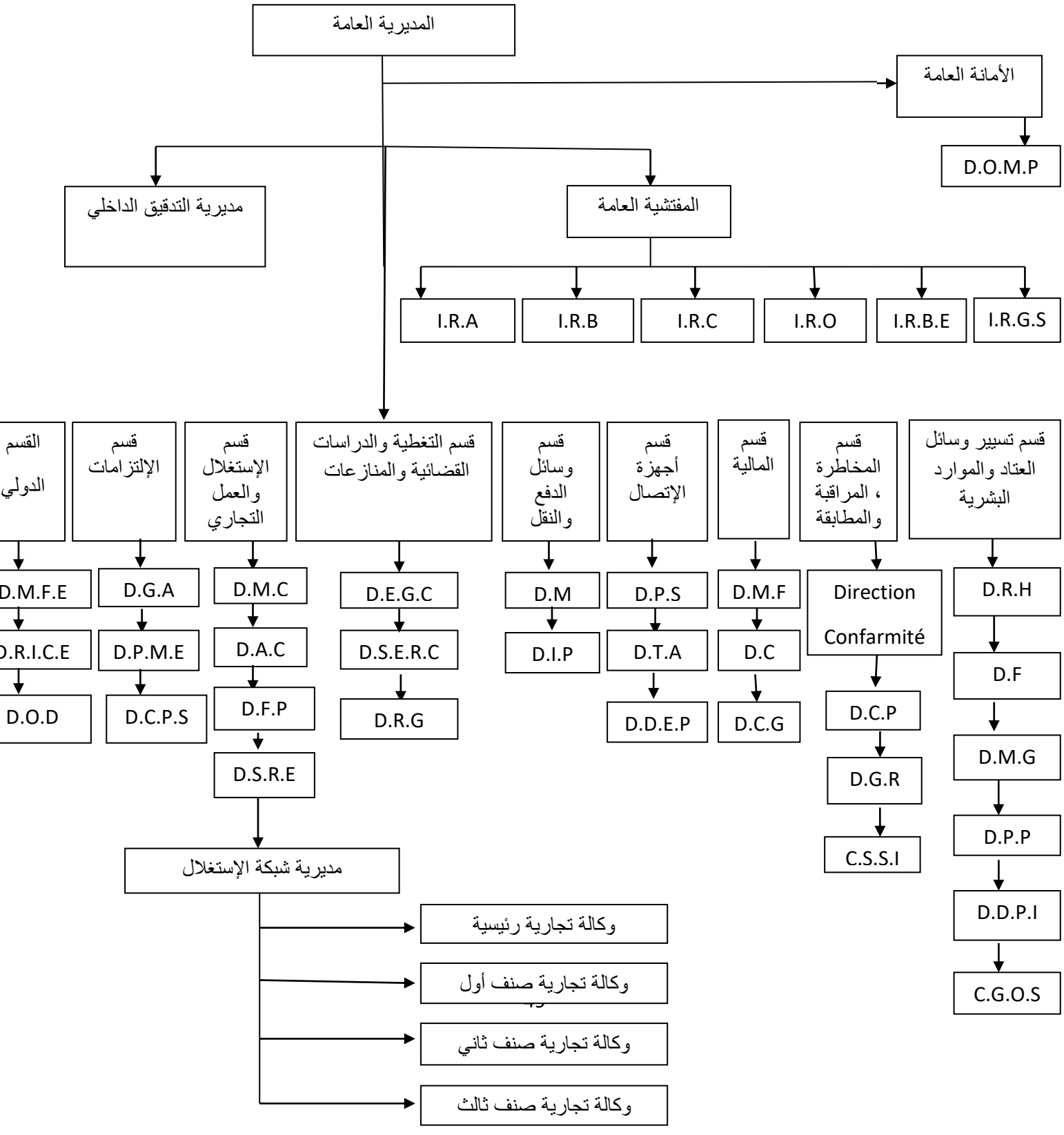
ومدة حياته 99 سنة Société par action كما يعتبر بنك عمومي تجاري يعبر عن شركة بداية من تاريخ تقييده في السجل التجاري رقم (78-481-13) رأس ماله 416000.000دج وقد تم رفعه سنة 2018 إلى 150.000 مليار دينار جزائري.

ثانيا/ نشأته: نشأ البنك الوطني الجزائري في 13 جوان 1996 معوض للبنوك الأجنبية التي توقف نشاطها بعد الاستقلال ليستبدل به و يتواجد في الجزائر العاصمة 8 شارع شي قيفارا.

[1] الشيماء بلمجاهد، فلة عميري، **أثر تطبيق الخدمات البنكية الإلكترونية على زيادة الميزة التنافسة في البنوك التجارية – دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة المدية 851-** مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة يحي فارس، المدية، 2020/2019، ص76-79.

ثالثا/ هيكله التنظيمي: قد تم تطوير الهيكل التنظيمي من التقليدي إلى الحديث وذلك تبعا للتغيرات الحاصلة في العالم من تنوع وتجديد في الخدمات المصرفية وطرق تسويقها بالإضافة إلى إعتماد معظم البنوك للتكنولوجيا الحديثة.

الشكل رقم(3-1): الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري



1.الهياكل الملحقة بالمديرية العامة:

1.1.الأمانة العامة:

DOMP: مديرية تنظيم المناهج والإجراءات.

1.2.المفتشية العامة:

IRA: المفتشية الجهوية – الجزائر العاصمة.

IRB: المفتشية الجهوية – البليدة.

IRC: المفتشية الجهوية – قسنطينة.

IRO:المفتشية الجهوية – وهران.

IRBE: المفتشية الجهوية – بجاية.

IRGS: المفتشية الجهوية – الجنوب الكبير.

DAI: مديرية التدقيق الداخلي.

2.الهياكل التابعة للقسم الدولي:

DMFE: مديرية التحركات المالية مع الخارج.

DRICE: مديرية العلاقات الدولية والتجارة الخارجية.

DOD: مديرية العمليات المستندية.

3.الهياكل الملحقة بقسم الإلتزامات:

DGE: مديرية المؤسسات الكبرى.

DPME: مديرية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

DCPS: مديرية القروض للأفراد والقروض الخاصة.

4.الهياكل الملحقة بقسم الإستغلال والنشاط التجاري:

DMC: مديرية التسويق والإتصال.

DAC: مديرية التنشيط التجاري.

DSRE: مديرية دعم شبكة الإستغلال.

DFP: مديرية التمويل التشاركي.

5. الهياكل الملحقة بقسم التغطية والدراسات القانونية والمنازعات:

DEGC: مديرية الدراسات القانونية والمنازعات.

DSERC :مديرية المتابعة والتغطية وتحصيل القروض.

DRG: مديرية تحصيل الضمانات.

6. الهياكل التابعة لقسم وسائل الدفع والنقد:

DM: مديرية النقد.

DIP: مديرية وسائل الدفع.

7. الهياكل الملحقة بقسم أجهزة الإعلام:

DPS: مديرية الإنتاج والخدمات.

DTA: مديرية التكنولوجيا والهندسة.

DDEP: مديرية تطوير الدراسات والمشاريع.

8.الهياكل الملحقة بقسم المالية:

DMF: مديرية السوق المالي.

DCG: مديرية مراقبة التسيير.

DC: مديرية المحاسبة.

9. الهياكل التابعة لقسم المخاطر، المراقبة والمطابقة:

D Conformité: مديرية المطابقة.

DCP: مديرية المراقبة الدائمة.

DGR: مديرية تسيير المخاطر.

CSSI: خلية أمن الأنظمة المعلوماتية.

10. الهياكل الملحقة بقسم تسيير وسائل العتاد والموارد البشرية:

DRH: مديرية الموارد البشرية.

DF: مديرية التكوين.

DMG: مديرية الوسائل العامة.

DPP: مديرية المحافظة على الأملاك.

DPPI: مديرية تطوير التراث العقاري.

CGOS: ملركز تسيير الخدمات الإجتماعية.

المطلب الثاني: تقديم البنك الوطني الجزائري BNA – وكالة المدية851 -[1]

أولا. تعريفها:

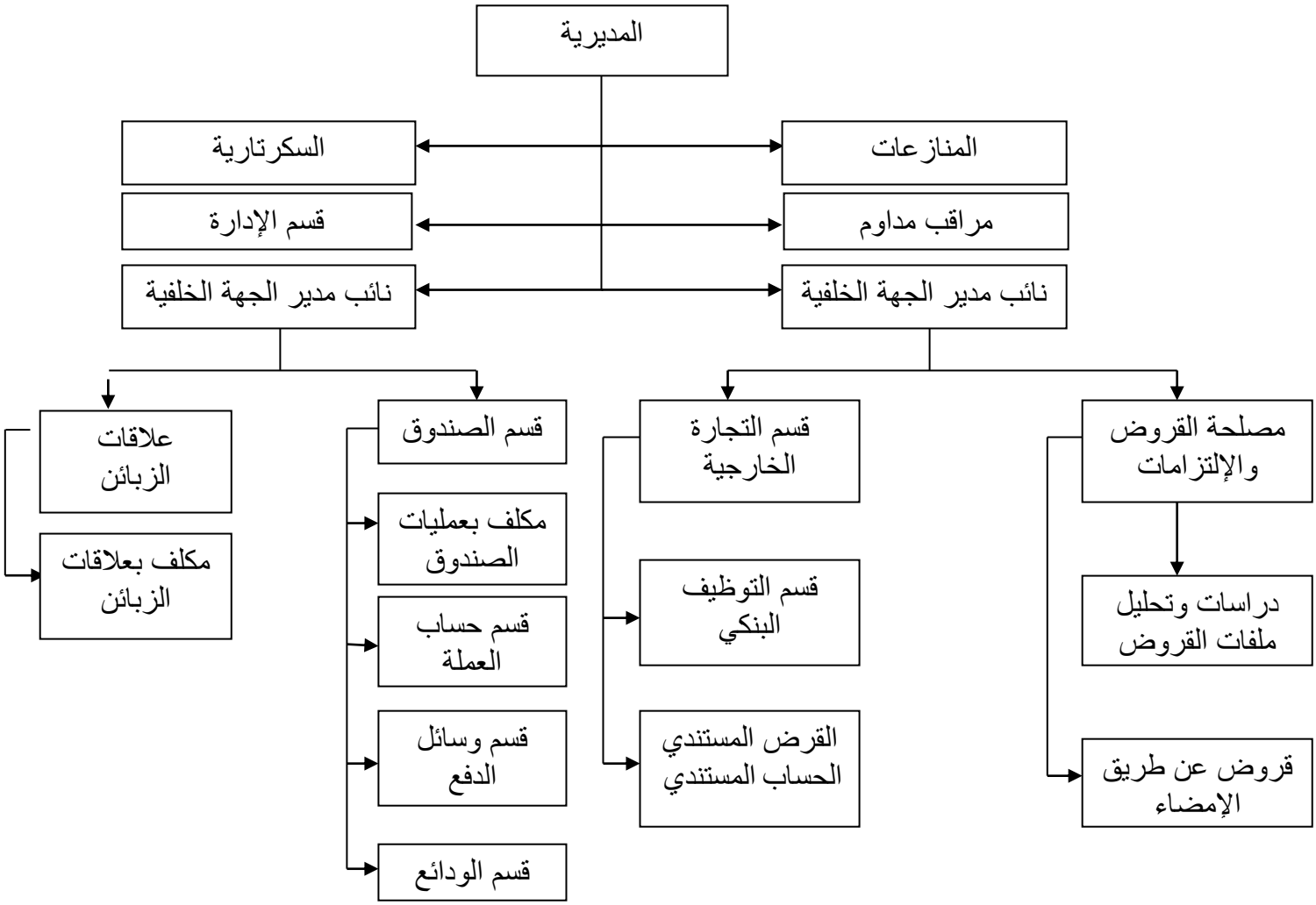
تعتبر وكالة البنك الوطني الجزائري المتواجدة بحي الإخوة باشن وسط المدينة، هي وحدة من أهم الفروع الرئيسية للبنك الوطني الجزائري حيث يمتاز البنك بمحدودية إتخاذ القرارت وكذا تمتاز بإستقلالية محدودة وتقوم هذه الوكالة بجميع العمليات التجارية منها إقراض تمويل التجارة الخارجية، توظيف الأموال، إستقبال الزبائن، وجعل الخدمات البنكية متاحة للجميع بالإضافة إلى التجربة الجديدة التي إستحدثها البنك الوطني الجزائري – وكالة المدية– وهي المعاملات المالية الإسلامية التي تتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية.

ثانيا. هيكلها التنظيمي:

يهدف الهيكل التنظيمي الحالي للوكالات إلى تحسين نوعية الخدمات المقدمة عن طريق توحيد جهود الوكالة مثل حسن إستقبال العملاء، تلبية حاجاتهم في أسرع وقت وبأرقى الوسائل والشكل الآتي يوضح ذلك:

[1] الشيماء بلمجاهد، فلة عامير، المرجع السابق، ص 82-83.

الشكل رقم:(3-2): الهيكل التنظيمي لبنك bna وكالة المدية



المطلب الثالث: وظائف وأهداف البنك الوطني الجزائري – وكالة المدية 851-.

تتعدد وظائف وأهداف البنك الوطني الجزائري وكالة المدية ونذكر منها:[1]

أولا/ وظائف وكالة BNA – المدية 851-:

تقوم وكالة المدية بوظائف ومهام وذلك عن طريق الوسائل البشرية والمادية المتاحة بالإضافة إلى معالجة البرامج البنك الوطني الجزائري المسطرة وفقا للتشريعات البنكية في إطارها القانوني ومن أهم وظائفها مايلي:

- قبول الودائع بمختلف أنواعها،

-إستلام وتحويل السندات وتغطية جميع التحولات،

-عمليات الصرف والتجارة الخارجية،

-القيام بعمليات الإقراض بمختلف أنواعه مثل تسبيقات دون الضمانات،

-إستقبال التسديد نقدا.

ثانيا/ أهداف وكالة BNA- المدية 851-:

إن وكالة BNA المدية كغيرها من الوكالات التي سعت إلى تحقيق أرباح وإحتلال مكانو وكيان مرموق وسط الجهاز المصرفية كله وأن هذه الأخيرة لها مجموعة من الأهداف المسطرة نذكر منها:

-تحقيق أكبر ربح ممكن لضمان البقاء والإستمرار،

[1] كيحل وداد، بابي أمينة، **واقع النوافذ الإسلامية في البنوك التجارية – دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA وكالة المدية-**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، تخصص إقتصاد نقدي وبنكي، جامعة الدكتور يحي فارس، المدية، 2021/2020، ص115.

-جذب أكبر عدد من الزبائن وتقديم أرقى الخدمات لهم حفاظا على سمعتهم،

-المساهمة في تنمية وتمويل الإقتصاد الوطني.

المبحث الثاني: توجه بنك BNA نحو الصيرفة الإلكترونية .

في هذا المبحث سيتم إسقاط الجانب النظري، وهذا من خلال معرفة الخدمات المقدمة من طرف البنك وسبل تطوير هاته الخدمات.

المطلب الأول: الخدمات الرقمية الإلكترونية فيBNA.

تمنح الوكالة عدة خدمات لزبائنها التي تسهل لهم عملياتهم البنكية وهي كالتالي:

أولا/ خدمة البطاقة البنكية:

يوجد نوعين من البطاقات الإلكترونية بالبنك، البطاقة CIB الكلاسكية التي تمكّن من سحب الأموال والدفع الجواري وعبر الإنترنت للمشتريات، وكذلك تمكن التحويلات المالية واستلامها. تُخصص هذه البطاقة للأفراد الذين يحققون دخلا يقل أو يساوي 120000 دينار جزائري شهرياً. وتقدم البطاقة الذهبية نفس المزايا المتوفرة في البطاقة الكلاسيكية، في حين تُخصص هذه البطاقة للأفراد الذين يحققون دخلاً يزيد عن 120000 دينار جزائري شهرياً.

ثانيا/ خدمة جهاز الدفع الإلكتروني:

يُقترح من قِبل البنك الوطني جهاز الدفع الإلكتروني وهو جهاز مخصص للزبائن من التجار، المؤسسات، ورجال الأعمال لتسديد مشترياتهم أو فواتيرهم عبر هذا الجهاز المتوفر في السوبرماركت والمطاعم والفنادق وغيرها .

الشكل رقم:(3-3): خدمة جهاز الدفع الإلكتروني



المصدر: بالإعتماد على موقع البنك www.bna.DZ

ثالثا/ خدمة الدفع wimpay-bna:

تقديم خدمة دفع مبتكرة تعتمد على مسح رمز الاستجابة (QR code) الموجهة للأفراد المهنيين، والتجار، تُمكّنهم من إتمام عمليات الدفع بكل سهولة ويُسر. تشمل هذه الخدمة إجراء عمليات الدفع عبر رموز الاستجابة السريعة(QR code) ، وإجراء عمليات التحويل لمستخدم Wimpay-BNA، ومشاركة فواتير الاستهلاك مثل في المطاعم، بالإضافة إلى إمكانية الاطلاع على الرصيد وتفاصيل العمليات المنجزة وكذلك كشف الطلبات لتحويل الأموال (المستلمة/المرسلة).

الشكل رقم:(3-4):خدمة الدفع Wimpay-bna



المصدر: بالإعتماد على موقع البنك www.bna.DZ

رابعا/ خدمة الرسائل القصيرة:

يقدم البنك الوطني هذه الخدمة لعملائهم الذين انضموا إلى خدمة bna.ebanking. تُرسل رسالة قصيرة توضح الرصيد الجديد للزبون على الفور بعد إجراء عملية دفع أو سحب.

الشكل رقم:(3-5): خدمة الرسائل القصيرة



المصدر: بالإعتماد على موقع البنك www.bna.DZ

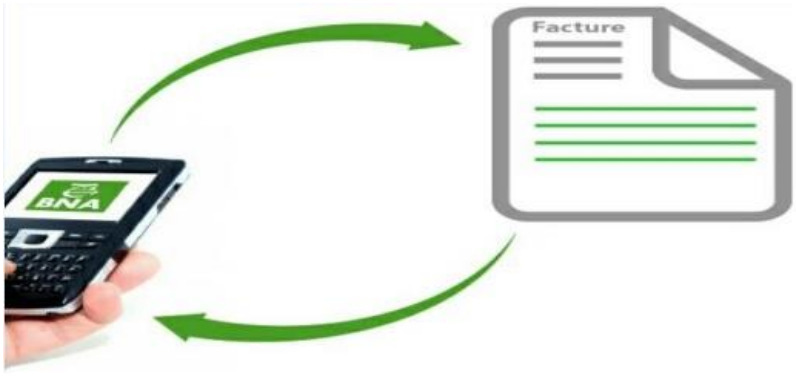
خامسا/ خدمة عبر الخط:

هي خدمة بنكية متاحة بشكل دائم ومؤقت تسمح للعملاء بالوصول إلى حساباتهم المصرفية بسهولة وأمان عبر الإنترنت وعلى مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع، من خلال الرابط ebanking.bna.dz. تتيح للعملاء إستعراض حساباتهم وتاريخ الحركات لمدة 23 شهراً، وإجراء تحويلاتهم المالية، وطلب دفتر شيكات وبطاقات بنكية، وتسديد الفواتير الضريبية عبر الإنترنت.

سادسا/ خدمة الصيرفة الهاتفية:

هي خدمة مستمرة ومؤقتة تتيح للزبائن الوصول إلى حساباتهم البنكية بسهولة وأمان عبر تنزيل تطبيق bn@tic من متجر play store وإدخال bnatic، تقدم الخدمة نفس خدمات الصيرفة الإلكترونية بنقرة بسيطة.

الشكل رقم:(3-6): خدمة الصيرفة الهاتفية



المصدر: بالإعتماد على موقع البنكwww.bna.DZ

كما يحتوي البنك ككل البنوك على موقع إلكتروني وهو الأمر الذي يسمح لزبائنه على معرفة جميع المعلومات، والإتصال بيهم، وجميع الخدمات المقدمة من طرف البنك

سابعا/ خدمة البنك الإلكتروني

الخدمات البنكية الإلكترونية للبنك الوطني الجزائري (BNA.net) تسمح للعميل للبقاء متصلين دائما بحساباته البنكية، فهي خدمة متاحة 24ساعة/7أيام على منصة الويب عبر منصة الويب (https://ebanking.bna.dz/customer/) و تطبيق الهاتف النقال عن طريق تنزيل تطبيق BN@tic مجانًا على Play Store وApp Store.

الاهلية:

هذه الخدمة موجهة الى الزبائن الافراد، المهنين والمؤسسات، حيث تتوفر على حزمتين للخدمات البنكية الالكترونية:

1.حزمةNet

2.حزمة+ Net

ميزات باقة الحزمة : Net

- ❖ الاطلاع على الأرصدة وتاريخ أرصدة الحسابات لمدة 23 شهرًا،
- ❖ الاطلاع على معاملات الاخيرة للحساب،
- ❖ الاطلاع على البطاقات ومعاملات الدفع الإلكترونية،
- ❖ تحميل كشوفات الحساب وتحرير كشوفات الحساب لمدة عام وبصيغ مختلفة،

- ❖ إصدار بيانات كشف التعريفة البنكية،
- ❖ خدمة الرسائل (الرسائل البنكية)،
- ❖ خدمة الإشعارات عبر الرسائل النصية القصيرة (SMS)المصرفية.

مميزات باقة الحزمة: Net+

باقة الحزمة +Net تتضمن مميزات باقة الحزمة Net بالإضافة الى المميزات التالية:

- ❖ التحويل لمرة واحدة من حساب إلى حساب نفس الزبون،
- ❖ التحويل إلى مستفيدين موطنين في وكالات البنك الوطني الجزائري والبنوك الأخرى،
- ❖ تحويلات الرواتب للشركات، باستثناء عملاء"EDI" ؛
- ❖ خصومات متعددة على زبائن البنك الوطني الجزائري والبنوك الأخرى (الدائنين) الموطنين في وكالات البنك الوطني الجزائري والبنوك الأخرى،
- ❖ طلب دفتر الشيكات والبطاقة البيبنكية،
- ❖ الاعتراض على البطاقة،
- ❖ خدمة التجارة الإلكترونية.« e-Trade »

ثامنا/ خدمة الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت:

خدمة الدفع الإلكتروني تسمح بالتسديد عبر الأنترنت مشتريات وفواتير الزبائن (سونلغاز، سيال، الوكالة الوطنية لتطوير السكن وتحسينه عدل، ...) على مواقع الأنترنت التي تقبل

وسيلة الدفع هذه، من أجل ضمان أمن معاملات الدفع، يتمّ إرسال كلمة مرور واحدة (رسائل الرقم السرّي المتغير) إلى رقم هاتف المنخرط لكل معاملة جديدة.

الأهلية:

أي زبون للبنك الوطني الجزائري حامل للبطاقة البيبنكية.

المزايا:

- ❖ دفع ثمن المشتريات أو الفواتير حيثما كان وأينما وجد الزبون 24سا/24 و7 أيام/7،
- ❖ تجنب طوابير الانتظار الطويلة وتبسيط دفع الإتاوات ببضع نقرات دون الحاجة إلى التنّقل،
- ❖ عمليات مؤمنة بواسطة خدمة المصادقة في الوقت الفعلي (رسائل الرقم السرّي المتغي)،
- ❖ خدمة مجانية، وبدون عمولة للدفع عبر الإنترنت،
- ❖ تتم عملية الانخراط عن طريق توقيع عقد انخراط لتصبح "مشتري عبر الواب".

المطلب الثاني: البطاقات المعمول بها في BNA.

يوجد بالبنك الوطني الجزائري عدة بطاقات بنكية وهي كالتالي:

أولا/البطاقات الموجهة للأفراد:

1.البطاقة البيبنكية:

البطاقة البيبنكية للبنك الوطني الجزائري، هي بطاقة ما بين البنوك مدعمة بحساب بنكي، وتأتي في شكلين، وحسب دخل حامل البطاقة:

- البطاقة البيبنكية الكلاسيكية.

- البطاقة البيبنكية الذهبية.

البطاقة البيبنكية هي بطاقة للسحب والدفع تسمح بإجراء العمليات البنكية التالية:

- السحب على جميع أجهزة الصراف الآلي المتواجدة على الساحة البنكية،
- الدفع الإلكتروني،
- الدفع الجواري على أجهزة الدفع الإلكتروني،
- الاطلاع على رصيد الحساب على أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية التابعة للبنك الوطني الجزائري).
- التحويلات على الشبابيك الأوتوماتيكية للبنك الوطني الجزائري،
- باقة من الميزات الأخرى متاحة على أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية رابط الأجهزة)،
- البطاقة البيبنكية مجانية وصالحة لمدة ثلاث سنوات،
- تسهل وبشكل آمن معاملات الدفع والسحب،
- وفرة أموال العميل 24/24 ساعة و7/7 أيام على جميع أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية للبنك) المتواجدة على الساحة البنكية،
- وكذا المزيد من الأمان بفضل الرسائل النصية القصيرة
- الإشعار برسالة حول رصيد الحساب البنكي،

- الإشعار برسالة حول العمليات المنجزة في وقتها الفعلي.

جدول رقم (3-1) يبين أسقف البطاقة البيبنكية للبنك الوطني الجزائري:

نوع البطاقة	سقف السحب اليومي	سقف الدفع اليومي	السقف حسب عملية الدفع
البطاقة البيبنكية الكلاسكية	100.000دج	100.000دج	100.000دج
البطاقة البيبنكية الذهبية	150.000دج	150.000دج	150.000دج

المصدر: بالإعتماد على موقع البنك www.bna.DZ

الشكل رقم:(3-7): البطاقة البيبنكية

البطاقة البيبنكية الكلاسكية



البطاقة الذهبية



المصدر: بالاعتماد على موقع البنك WWW.BNA.DZ

2. البطاقة البيبنكية مسبقة الدفع:

البطاقة البيبنكية مسبقة الدفع هي بطاقة سحب ودفع بين البنوك يتم تعبئتها عن طريق التحويل من الحساب الرئيسي للزبون (من الأفراد)، ويمكن أن يكون بإسم صاحب الحساب أو حامله، تسمح بإجراء نفس عمليات بطاقة CIB البيبنكية الكلاسيكية أو الذهبية:

- السحب من جميع أجهزة الصراف الآلي المتواجدة على الساحة المصرفية،
- الدفع الالكتروني،
- الدفع عبر أجهزة الدفع الإلكتروني،
- الاطلاع على رصيد الحساب عبر أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية التابعة للبنك الوطني الجزائري)،
- الدفع على الشبابيك الأوتوماتيكية للبنك الوطني الجزائري،

- التحويلات على الشبابيك الأوتوماتيكية للبنك الوطني الجزائري،
- باقة من الميزات الأخرى متاحة على أجهزة الصراف الآلي الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية (رابط الأجهزة).

المزايا:

✓تتيح البطاقة البيبنكية مسبقة الدفع للبنك الوطني الجزائري تسيير النفقات بشكل أفضل

✓يمكن للعميل الذي يتقدم بطلب للحصول على البطاقة المسبقة الدفع منح ما يصل إلى عشرة (10) بطاقات مسبقة الدفع لعشرة (10) أقارب مختلفين،

✓البطاقة البيبنكية مسبقة الدفع مجانية وصالحة لمدة ثلاث (03) سنوات.

جدول رقم (3-2) يبين أسقف البطاقة البيبنكية مسبقة الدفع

نوع البطاقة	سقف السحب اليومي	سقف الدفع اليومي	السقف حسب عملية الدفع
البطاقة البيبنكية مسبقة الدفع	100.000.00	80.000.00	80.000.00

المصدر: بالإعتماد على موقع البنكwww.bna.DZ

الشكل رقم: (3-8): البطاقة البيبنكية مسبقة الدفع



المصدر: بالاعتماد على موقع البنك WWW.BNA.DZ

3. بطاقة النخبة:

بطاقة النخبة هي بطاقة بين البنوك مدعومة بحساب الشيك وتأتي في شكلين:

1- بطاقة النخبة الموجهة للأفراد.

2- بطاقة النخبة الأعمال الموجهة للمهنيين والمؤسسات.

- تسمح بإجراء عمليات السحب والدفع الجواري والدفع عبر الإنترنت وكذا التحويل والتحصيل،

- كما تتوفر على وظائف أخرى عبر أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية)،

- تقدم بطاقة النخبة أيضًا باقة من الخدمات الإضافية التي تتمثل في المساعدة الصحية، خدمات الاستقبال، الارشاد والمساعدة في التأمين من الحوادث الجسمانية كلها تجدونها متاحة على الرابط.

المزايا:

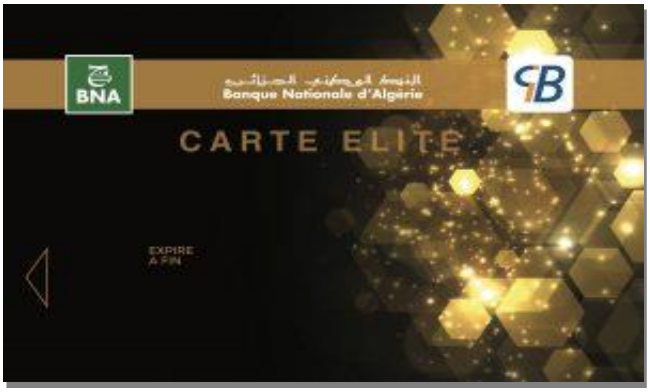
- ❖ رأس مال حتى مليون دينار،
- ❖ المساعدة على الطريق في حالة حدوث عطل،
- ❖ ضمان النقل والإقامة لزيارة أحد الأقارب في المستشفى،
- ❖ كما تقدم بطاقة النخبة ولوجًا نسقيا بخدمة الرسائل النصية القصيرة،
- ❖ إشعار برسالة نصية قصيرة عن رصيد الحساب،
- ❖ إشعار برسالة نصية قصيرة عن المعاملات التي قام العميل بإجرائها باستخدام بطاقته في الوقت الفعلي.

جدول رقم (3-3) يبين أسقف بطاقة النخبة:

نوع البطاقة	سقف السحب اليومي	سقف الدفع اليومي	السقف حسب عملية الدفع
بطاقة النخبة	200.000.00	500.000.00	500.000.00

المصدر: بالاعتماد على موقع البنك WWW.BNA.DZ

الشكل رقم: (3-9): بطاقة النخبة



المصدر: بالاعتماد على موقع البنك WWW.BNA.DZ

4. بطاقة التوفير:

بطاقة التوفير هي بطاقة سحب مدعومة بحسابات التوفير:

- حساب التوفير بفائدة أو بدون فائدة،
- حساب التوفير "مستقبلي" للقصّر بفائدة أو بدون فائدة،
- حساب توفير ذو عائد تصاعدي.

تتيح توفير الأموال في أي وقت وأينما كان العميل 24/24 ساعة و7/7 أيام، عبر شبكة أجهزة الصراف الآلي المتواجدة على الساحة المصرفية، كما تسمح بالاطلاع على رصيد حساب التوفير الخاص به في أي وقت عبر أجهزة الصراف الآلي.

المزايا:

- ❖ عمليات السحب مؤمنة برمز سري،
- ❖ وفرة رأس المال المدخر في أي وقت،
- ❖ بطاقة التوفير مجانية وصالحة لمدة ثلاث (03) سنوات،
- ❖ الاطلاع على رصيد حساب التوفير دون الحاجة للتنقل إلى الوكالة.

الشكل رقم: (3-10): أشكال بطاقة النخبة

بطاقة التوفير بفائدة



بطاقة التوفير للقصر بفائدة



بطاقة التوفير بدون فائدة



بطاقة التوفير للقصر بدون فائدة



المصدر: بالاعتماد على موقع البنك WWW.BNA.DZ

5.بطاقة visa:

بطاقة فيزا للبنك الوطني الجزائري هي بطاقة سحب ودفع دولية، تتيح للعميل القيام بما يلي:

- ✓ المعاملات عبر أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية)للبنك الخاصة ببطاقة فيزا:

- السحب النقدي،
- الاطلاع على الرصيد،
- تغيير رقم التعريف الشخصي (code PIN).

✓ معاملات الدفع على أجهزة الدفع الإلكتروني الخاصة ببطاقة فيزا بالخارج،
✓ عمليات الدفع عبر الإنترنت 24/24 ساعة و7/7 أيام.

الأهلية:

بطاقة فيزا للبنك الوطني الجزائري موجهة لجميع زبائن البنك من الأفراد الذين لديهم حساب بالعملة الصعبة (يورو)، بالإضافة إلى حساب الشيك بالدينار مفتوح على مستوى نفس الوكالة البنكية.

الشروط:

✓رصيد دائم متوفر في حساب الشيك بالدينار لا يقل عن ثمانية آلاف دينار (8000.00 دج)،

✓رصيد دائم متاح في حساب العملة الصعبة لا يقل عن مائة (100) يورو،

✓عدم وجود معارضة على الحساب البنكي.

جدول رقم (3-4) يبين أسقف بطاقة VISA:

أسقف بطاقة visa الكلاسكية	
السقف اليومي	1000يورو
حسب فئة الزبائن	3000يورو

التسعيرة المطبقة على بطاقة VISA الكلاسكية	
إنشاء/تجديد	3.900 دينار / لبطاقة بسقف يصل إلى 1000 يورو
دفع الرسوم سنويا	4.900 دينار / لبطاقة بسقف يصل إلى 3000 يورو

المصدر: بالاعتماد على موقع البنك WWW.BNA.DZ

الشكل رقم:(3-11): بطاقة VISA



المصدر: بالاعتماد على موقع البنك WWW.BNA.DZ

ثانيا/ البطاقات الموجهة للمهنيين:

1.بطاقة اللأعمال للمهنيين:

بطاقة الأعمال الخاصة بالمهنيين للبنك الوطني الجزائري هي بطاقة بين البنوك مدعومة بحساب جاري.

وتأتي في شكلين حسب دخل حامل البطاقة:

- بطاقة الأعمال الكلاسيكية للمهنيين،
- بطاقة الأعمال الذهبية للمهنيين.

هي بطاقة سحب ودفع مصممة لتبسيط إدارة نشاط المهنيين، كما تسمح لهم بإجراء العمليات المصرفية التالية:

- السحب من جميع أجهزة الصراف الآلي المتواجدة على الساحة المصرفية،
- الدفع الالكتروني،
- الدفع الجواري عبر محطات الدفع الإلكترونية،

- الاطلاع على رصيد الحساب على أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية التابعة للبنك الوطني الجزائري)،
- الدفع على أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية التابعة للبنك الوطني الجزائري)،
- التحويلات على الشبابيك الأوتوماتيكية للبنك الوطني الجزائري،

المزايا:

بطاقة الأعمال مجانية وصالحة لمدة ثلاث (03) سنوات،

- ❖ تسهل وبشكل آمن معاملات الدفع والسحب،
- ❖ وفرة الأموال 24/24 ساعة و7/7 أيام على جميع أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية للبنك) المتواجدة على الساحة البنكية،
- ❖ وكذا المزيد من الأمان بفضل الرسائل النصية القصيرة،
- ❖ الإشعار برسالة حول رصيد حسابكم البنكي،
- ❖ الإشعار برسالة حول العمليات المنجزة في وقتها الفعلي.

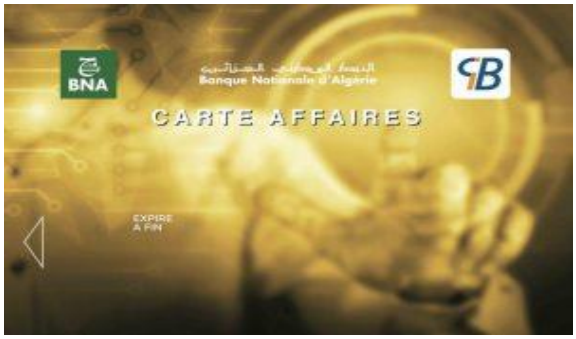
الجدول رقم(3-5): يبين أسقف بطاقة الأعمال الخاصة بالمهنيين للبنك الوطني الجزائري

نوع البطاقة	سقف السحب اليومي	سقف الدفع الشهري	السقف حسب مبلغ عملية الدفع
المهنيين- كلاسيكية	50.000 دج	300.000 دج	80.000 دج
المهنيين- الذهبية	50.000 دج	15.000.000 دج	350.000 دج

المصدر: بالاعتماد على موقع البنك WWW.BNA.DZ

الشكل رقم (3-12): بطاقتي الأعمال الكلاسكية والذهبية للمهنيين





المصدر: بالاعتماد على موقع البنك WWW.BNA.DZ

2.بطاقة النخبة الأعمال للمهنيين:

بطاقة النخبة هي بطاقة بين البنوك مدعومة بحساب جاري، تسمح بإجراء عمليات السحب والدفع الجواري والدفع عبر الإنترنت وكذا التحويل والتحصيل، كما تتوفر على وظائف أخرى عبر أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية).

تقدم بطاقة النخبة أيضًا باقة من الخدمات الإضافية التي تتمثل في المساعدة الصحية، خدمات الاستقبال، الارشاد والمساعدة في التأمين من الحوادث الجسمانية.

المزايا:

- ❖ رأس مال حتى مليون دينار،
- ❖ المساعدة على الطريق في حالة حدوث عطل،
- ❖ ضمان النقل والإقامة لزيارة أحد الأقارب في المستشفى،
- ❖ كما تقدم بطاقة النخبة ولوجًا نسقيا بخدمة الرسائل النصية القصيرة.

الجدول رقم (3-6) يبين أسقف بطاقة النخبة الأعمال (للمهنيين):

نوع البطاقة	سقف السحب اليومي	سقف الدفع الشهري	السقف حسب عملية الدفع
بطاقة النخبة الأعمال	50.000,00 دج	20.000.000,00 دج	500.000,00 دج

المصدر: بالاعتماد على موقع البنك WWW.BNA.DZ

الشكل رقم(3-13): بطاقة النخبة للمهنيين



المصدر: بالاعتماد على موقع البنك WWW.BNA.DZ

3.بطاقة الاعمال "الضرائب"

بطاقة الأعمال "الضرائب" هي بطاقة ما بين البنوك مدعومة بحساب فرعي "احتياطي"، مخصصة حصرياً لدفع الرسوم الضريبية.

الأهلية:

يتمّ تخصيص بطاقةCIB ، المدرجة في باقة احتياطي، مجانًا لدافعي الضرائب والزبائن المهنيين والمؤسسات التابعة للبنك الوطني الجزائري.

المزايا:

- ❖ بطاقة CIB مجانية صالحة لمدة ثلاث (03) سنوات،
- ❖ رقمنة، وتأمن عمليات دفع الرسوم الضريبية على منصة المديرية للضرائب،
- ❖ سقف سداد استثنائي حصري ومكيف مع احتياجات دافعي الضرائب يصل إلى "30.000.000,00 دج" .

الجدول رقم(3-7): يبين أسقف بطاقة الأعمال" الضرائب"

نوع البطاقة	أسقف الدفع الشهرية
بطاقة الأعمال "الضرائب"	30.000.000,00 دج

المصدر: بالاعتماد على موقع البنك WWW.BNA.DZ

الشكل رقم(3-14): بطاقة الأعمال "الضرائب"



المصدر: بالاعتماد على موقع البنك WWW.BNA.DZ

المطلب الثالث: سبل تطوير الخدمات في البنك الوطني الجزائري.

بعد معرفة والتطرق إلى الخدمات الموجودة بالبنك الوطني الجزائري فإنه على غرار البنوك التجارية وبصفته مؤسسة عمومية تهدف بالدرجة الأولى إلى تحقيق كيان مرموق وسمعة جيدة وسط النظام المصرفي الجزائري، والتنافس الموجود بين القطاعات المالية لا بد من تطوير وإبتكار خدماته.

أولا/ التكنولوجيا المالية:

أصبح مصطلح التكنولوجيا المالية رائجا في الوقت الحالي وهذا نظرا لما تعرفه التكنولوجيا من تطور على جميع المستويات ومن بينها القطاع المالي هادفة إلى تحسينه وجعله أكثر جذبا وفعالية، وقد عرفت التكنولوجيا المالية على أنها:" تشير إلى الشركات التي تجمع بين الخدمات المالية والتقنيات الحديثة، كقاعدة عامة حيث تقدم منتجات تعتمد على الأنترنت والتطبيقات الموجهة، حيث تهدف التكنولوجيا المالية عموما إلى جذب العملاء بمنتجات وخدمات سهلة في الإستخدام بكفاءة وشفافية، هذه الخدمات لم تستطع البنوك التقليدية طرحها لعدة أسباب قانونية وتقنية".

تقوم شركات التكنولوجيا الملية وهي شركات رقمية بإستخدام التكنولوجيا لتطوير خدمات مالية مبتكرة، من خلال التطبيقات أو المنصات الرقمية، بما في ذلك واجهة برمجة التطبيقات المفتوحة أو المنصات الإلكترونية أو الأسواق الرقمية، التي تسهل الإتصال بالعملاء وتلبي إحتياجاتهم على الفور من خلال خدمات الوصول الفوري، وتستثمر في عدة قطاعات مالية وقد نجحت في دمج التكنولوجيا وجعل هذه القطاعات لا تستغني عنها بل تطلب بإستمرار الإبتكار والإبداع، وحسب وكالة (Standard & poo's) للتصنيف الإئتماني فإن القطاعات الأكثر تأثرا بصناعة التكنولوجيا المالية هي كالتالي:

- تقنيات الإستثمار وأسواق المال، وتعهيد العمليات التجارية والتمويل الرقمي.

- تقنيات التجارة والتسويق الإلكترونيين، والقنوات المالية وحلول البيانات وتقنيات الأمن.

- تقنيات التأمين والرعاية الصحية، وخدمات الدفع، وتقنيات تسيير الموارد البشرية.[1]

ثانيا/ أنترنت الأشياء :

تسمح هذه التقنية بربط مختلف الأشياء بالأنترنت من خلال أجهزة الإستشعار والتي تزود بالبيانات بإستمرار ،وحاليا تلعب المعلومة دورا محوريا في عملية المنافسة وتوسع السوق، على سبيل المثال يمكن ربط البطاقات البنكية بالأنترنت ومعرفة مكانها في حال ضياعها ومعرفة أماكن صرف الأموال ومختلف ما يستهلكه العميل.[2]

ثالثا/ الهوية الرقمية المصرفية:

هي عبارة عن تقنية تعمل على دعم المؤسسات المصرفية والمالية من خلال فحص والتحري حول هوية عملائها خلال مرحلتي الإنضمام والتحديث. فهي طريقة آمنة تسمح للمؤسسات المالية التحقق من معلومات وهوية العملاء بالإعتماد على التقنية الرقمية، ويوجد نوعان من أشكال المعرفات الرقمة ويتمثلان في التقنية البيومترية مثل الوجه، وفحص العين وبصمة الأصابع...، أما التقنية الثانية فتتمثل في الرمز السري المشفر والذي يعتمد على الارقام و الأكواد وكذا الخوارزميات.

[1] قلمام سعدة، مزيان محمد توفيق، دور التكنولوجيا المالية في تحقيق الشمول المالي وجذب العملاء، قراءة في مؤشرات الشمول المالي العالمية، المجلد 10، العدد 02، مجلة البحوث الإقتصادية والمالية، جامعة أم البواقي، 2023، ص،ص-358،359.

[2] نصيرة محاجبية، رابح بريش، **إستخدام تقنيات التكنولوجيا المالية في الصناعة المالية الإسلامية – دراسة حالة دول منظمة التعاون الإسلامي**، المجلد 16، العدد 02، ديسمبر 2022، حوليات جامعة قالمة للعلوم الإجتماعية والإنسانية، ص 98.

حيث تفيد هذه الهوية في جمع وتوحيد بيانات العملاء وتحليلها من أجل الفحص الائتماني وإتخاذ القرارت بكفاءة عالية، وتقوم بتسهيل العمليات الخاصة بفتح الحسابات والتحويلات المالية، كما تعمل على تقليل التكاليف خاصة في عمليات التحقق من الهوية وزيادة الربحية للمصارف خاصة في خدمة العملاء ذوي الدخل المنخفض.[1]

رابعا/ الذكاء الإصطناعي:

هو عبارة عن الذكاء الذي تظهره الألآت على عكس الذكاء الطبيعي الذي يظهره الإنسان، وغالبا ما يطلق مصطلح الذكاء الإصطناعي لوصف الألآت أو أجهزة الكمبيوترالتي تقلد الوظائف المعرفية التي يربطها البشر بالعقل البشري مثل التعلم وحل المشكلات، والذكاء الإصطناعي عبارة عن آلة مصممة لأداء المهام وحل المشكلات التي يتم إجراؤها بشكل عام بواسطة ذكاء البشر.[2]

خامسا/ البيانات الضخمة:

مصطلح يشير لمجموعة كبيرة من المعلومات المتنوعة والمعقدة التي تمثل تحديا كبيرا في التخزين والوصول والتحليل والمعالجة، وتتألف البيانات من ستة أبعاد: القيمة، الحجم، السرعة، التنوع، الصحة، والتغير، ويمكن الإستفادة منها في:

– تحليل السوق والتنبؤ بحركة المتغيرات: يستفيد البنك الإسلامي من الكم الهائل للمعلومات حول السوق المراد الإستثمار فيه في دراسات الجدوى المالية من المشاريع المقدمة في إطار صيغ التمويل المختلفة.

[1] طبايبية رمزي، **الهوية الرقمية المصرفية كتوجه حديث لتحسين الخدمات المصرفية الإلكترونية – نظام Aadhaar الهندي أنموذجا** – المجلد 11، العدد 02، 2023، المجلة الجزائرية للعلوم الإجتماعية والإنسانية، ص-ص، 141-142.

[2] بالعبيدي عايدة عبير، مشرواي حدة، **تبني تقنيات التكتولوجيا المالية في مجال التقنية كآلية لرقمنة الشمول المالي – دراسة تجارب بعض الدول العربية –** المجلد 17، العدد 01، 2023، مجلة البحوث والدراسات العلمية، ص1288.

– تحليل سلوك العملاء: تمكن من دراسة العملاء ومعرفة خبراتهم في الإستثمار وإدارة المشروعات...إلخ.[1]

سادسا/ البلوك تشين:

البلوك تشكين أو سلسلة الكتلة، تعد أكبر سجل رقمي موزع ومفتوح لكافة المشتركين بهذه الشبكة بكافة أنحاء العالم، وهي تقنية جديدة لتخزين ونقل المعلومات، تتسم بالشفافية و الأمان وتعمل بدون جهة أو مؤسسة تحكم مركزية.[2]

وهي عبارة عن قاعدة بيانات وطريقة لتخزين سجلات القيمة والمعاملات وبواسطته يمكن لأي شخص عرض المعاملات والتحقق من صحتها مما يؤدي إلى الشفافية والثقة، وتوفر سلسلة الكتل نظام ثقة بين الناس دون الحاجة إلى وسيط معني، ويمكن للبنك الإسلامي الإستفادة منها في:

- لامركزية التعامل: يتيح هذا النظام إمكانية إدارة سجلات المعاملات بطريقة مفتوحة ومتكاملة وغير مركزية، يمكن البنك من إستعمال هاته التقنيات دون وساطة بنكية.[3]

[1] عثامنية فؤاد، عثامنية أمينة، عمامرة ياسمينة، **دور التكنولوجيا المالية الإسلامية في تعزيز الخدمات المصرفية – دراسة حالة عينة من متعاملي القطاع المصرفي الإسلامي الجزائري**، المجلد 8، العدد 01، 2024، ص201.

[2] مريم بوشوشة، أماني عزوزة، **التحول الرقمي في مجال الخدمات المصرفية الإسلامية**، المجلد 34، العدد 04، ديسمبر 2023، ص214.

[3] عثامنية فؤاد، عثامنية أمينة، عمامرة ياسمينة، مرجع سبق ذكره، ص 201.

خلاصة الفصل:

تتجاوز خدمات المصرفية الإلكترونية حدود الاختيار وأصبحت ضرورة حتمية، نتيجة التطورات السريعة في السوق والتكنولوجيا، هذه الخدمات لها دور أساسي في تلبية احتياجات العملاء وتحسين خدمتهم، تعكس أهمية تبني الصيرفة الإلكترونية في البنك الوطني الجزائري القدرة على تطبيق وادخال التقنيات الحديثة، وتوفير خدمات متطورة، يتضح من الدراسة التطبيقية للبنك الوطني الجزائري أنه قدم مجموعة متنوعة من الخدمات، مع تطور واضح في الوسائل التكنولوجية المستخدمة.

الخاتمة العامة

الخاتمة العامة:

تقدم الخدمات المصرفية الإلكترونية فرصة للاندماج التكنولوجي في القطاع المصرفي، حيث تسهل هذه الخدمات جميع التعاملات، سواء داخل البنوك مع الاستغناء عن الوثائق الورقية، أو بين البنوك والعملاء، مما يُلغي الحاجة لزيارة فروع البنوك ويوفر خدمات على مدار الساعة. وبفضل استخدام الشيكات والأنظمة الإلكترونية كأساليب للدفع، أصبحت العمليات المالية أكثر سهولة وسرعة، مما يعزز من جاذبية البنوك للعملاء ويحفزها على تقديم خدمات جديدة، حيث تطورت خدمات المصارف الإلكترونية بشكل كبير في الوقت الحالي، مما زاد من توقعات العملاء واهتمامهم بهذه الخدمات، مما يجعلهم يطلبون خدمات إلكترونية أكثر تقدمًا من المصارف

توفر الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنك الوطني الجزائري مجموعة شاملة من الخدمات التي تسهل على العملاء إدارة حساباتهم المصرفية بكل يسر وأمان، تشمل هذه الخدمات الإلكترونية الخدمة المصرفية عبر الإنترنت وتطبيق الهاتف المحمول، حيث يمكن للعملاء القيام بعمليات مثل تحويل الأموال ودفع الفواتير وإدارة بطاقاتهم الائتمانية بكل سهولة وسرعة عبر الإنترنت، كما تتيح هذه الخدمات إمكانية الاطلاع على تاريخ الحسابات وإجراء عمليات تحويل أموال داخل البنك وخارجه دون الحاجة إلى زيارة الفروع البنكية، مما يوفر الوقت والجهد للعملاء ويسهل عليهم الوصول إلى خدماتهم المصرفية بسرعة وسهولة في أي وقت ومن أي مكان.

➢ **نتائج الدراسة**

فيما يخص دراستنا فقد توصلنا منها بالنتائج التالية:

- تصل الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى العملاء عبر مجموعة من القنوات والوسائل المتنوعة، تشمل الصراف الآلي، وخدمة الهاتف المحمول، والبنوك عبر الإنترنت، وخدمة الهاتف البنكي، والتلفزيون الرقمي، والمقاصة الإلكترونية.
- تقدم الخدمات المصرفية الإلكترونية العديد من المزايا لعملائها بما في ذلك السرعة والأمان وتوفير الجهد.
- يساهم انتشار فروع البنوك الإلكترونية في زيادة مستوى الرقابة عليها بهدف تعزيز أمن العمليات المصرفية والحد من حالات الاحتيال والسرقة.
- تطبيق الصيرفة الإلكترونية يتمتع بعدة فوائد، منها توفير الوقت وتقليل التكاليف.
- البنك الوطني الجزائري يتميز بجودة عالية في خدماته، وذلك بفضل سمعته الممتازة.
- يتوفر البنك الوطني الجزائري على مجموعة متنوعة من الخدمات المصرفية الإلكترونية أهمها البطاقات البنكية ومنها البطاقة البيبنكية للأفراد، بطاقة الأعمال للمهنيين.
- يوجد تحول كبير للبنك الوطني الجزائري نحو تبني معاملات الصيرفة الإلكترونية ومنها WIMPAY وخدمة الدفع عن بعد..الخ.
- تساهم الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من قبل البنك الوطني الجزائري في تلبية إحتياجات زبائن البنك من خلال تقليل زمن المعاملات وخفض التكاليف
- على الرغم من التطور الذي يشهده البنك الوطني الجزائري في مجال المعاملات المصرفية الإلكترونية إلا أن هناك مجالات عديدة وحديثة يعمل البنك على إمكانية الولوج إليها مثل التكنولوجيا المالية، العملات الرقمية، الذكاء الإصطناعي، بلوكتشين.

➢ **إختبار صحة الفرضيات:**

خلال طريقة معالجتنا لموضوع الدراسة توصلنا أثناء اختبار الفرضيات إلى مايلي:

الفرضية الأولى صحيحة حيث يقدم البنك الوطني الجزائري خدمات مصرفية إلكترونية من بينها: خدمة البطاقات الإلكترونية التي تسمح بعملية السحب والدفع، خدمة التوزيع المصرفي عبر الموزعات الآلية.

الفرضية الثانية صحيحة حيث تبنى البنك الوطني الجزائري أهم معاملات الصيرفة الإلكترونية، ومنها خدمة الدفع عن بعد، WIMPAY.

الفرضية الثالثة صحيحة حيث ساهمت وسائل الدفع الإلكترونية في البنك الوطني الجزائري في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال تقليل زمن المعاملات وخفض تكاليفها.

➢ **الاقتراحات**

من خلال النتائج المتحصل عليها توصلنا إلى تقديم الاقتراحات التالية:

- ✓ العمل على تطوير آليات جديدة لضمان أمان ممارسة الخدمات المصرفية الإلكترونية، بهدف كسب ثقة العملاء والحفاظ عليهم، بالإضافة إلى جذب عملاء جدد
- ✓ ضرورة العمل على زيادة الوعي وتعزيز ثقافة الصيرفة الإلكترونية لدى الجزائريين؛
- ✓ يجب على البنك عدم الإهمال والتأخر في اعتماد الوسائل الحديثة ودمجها في خدماتها المصرفية، وذلك لتحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن، حيث تصبح الخدمات المصرفية سريعة ودقيقة،
- ✓ على الرغم من المزايا التي تتميز بها الصيرفة الحديثة، إلا أنه من الضروري توخي الحذر في تطبيقها وعدم اعتمادها بشكل متسرع، لتقليل المخاطر المترتبة عنها إذا تم اعتمادها بشكل غير مدروس.

➢ **آفاق الدراسة**

خلال ما تناولناه في دراستنا تم اقتراح بعض المواضيع التي يمكن التطرق لها مستقبلا:

- ✓ دور التكنولوجيا المالية في تعزيز الميزة التنافسية في البنك الوطني الجزائري.
- ✓ أثر تبني الصيرفة الإلكترونية في البنك الوطني الجزائري على الأداء المالي.
- ✓ مخاطر الصيرفة الإلكترونية –دراسة حالة البنك الوطني الجزائري.

قائمة

المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولا: الكتب:

1.أحمد بوراس، السعيد بريكة، **أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر**، دار الكتاب الحديث.

2.إيمان مأمون أحمد سليمان، **إبرام العقد الإلكتروني وإثباته الجوانب القانونية لعقد التجارة الإلكترونية**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية،2008.

3.بشير العلاق، **ثقافة الخدمة**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

4. تيسير العاجرمة، **التسويق المصرفي**، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، الطبعة الأولى، 2005.

5.حميد الطائي، بشير العلاق، **تسويق الخدمات مدخل إستراتيجي . تطبيقي . تحليلي**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.

6. ربى " محمد تيسير " السقال ، **قياس جودة الخدمات المصرفية المقدمة في المصارف التجارية** ، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2016.

7. رشاد العصار، رياض الحلبي، **النقود و البنوك**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2000.

8.زياد رمضان و آخرون ، **الإتجاهات المعاصرة في الإدارة البنوك** ، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2000.

9.صلاح الدين حسن السيسي، **التجارة الدولية والصيرفة الإلكترونية**، دار الكتاب الحديث.

10. عبده ناجي، **تسويق الخدمات المصرفية** ، اتحاد المصارف العربية، لبنان، 2003.

11. فضل محمد إبراهيم المحمودي، **التسويق المصرفي**، جامعة العلوم والتكنولوجيا، صنعاء، الطبعة الأولى، 2013.

14.محمد الصيرفي، **إدراة المصارف**، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، الطبعة الأولى،2007.

12. محمد جاسم الصميدعى، ردينة عثمان يوسف، **التسويق المصرفي مدخل إستراتيجي .كمي .تحليلي**، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى،2005.

13. محمد سمير احمد، **التسوق الالكتروني**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الاردن،2009 .

14. محمود جاسم الصميدعى، ردينة عثمان يوسف، **تسويق الخدمات**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2010.

15. ناجي معلا، **الأصول العلمية للتسويق المصرفي**، عمان، الطبعة الثالثة، 2007.

16. نادر عبد العزيز شافي، **المصارف والنقود الإلكترونية**، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، 2007.

17. ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، **الصيرفة الإلكترونية**، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، 2008.

18. هاني حامد الضمور، **تسويق الخدمات**، دار وائل للنشر، عمان،الطبعة الرابعة، 2008.

19. وسيم محمد الحداد، شقيقي نوري موسى، محمود ابراهيم، نورا صالح الزرقان، **الخدمات المصرفية الإلكترونية**، دار المسيرة والنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الطبعة الأولى، 2012.

ثانيا: الأطروحات والرسائل الجامعية:

أ-أطروحات الدكتوراه:

1.حوالف عبد الصمد، **النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني**، أطروحة دكتورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبوبكر بلقايد-تلمسان،2014 -2015.

2.سمية عبابسة، **تحديات العمليات البنكية الالكترونية في الجزائر** –دراسة حالة وكالات سوسييتي جنرال الجزائر SGA بقسنطينة، أطروحة دكتورة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص مالية البنوك، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، 2017.

3.صليح بونفلة ، **النظام القانوني للعمليات المصرفية الإلكترونية**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2020/2019.

ب–رسائل الماجستير:

1.سعيد محمد سعيد البردويل، **الخدمات المصرفية الإلكترونية المطبقة في البنوك الإسلامية وعلاقتها برضا العملاء**، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد و العلوم الإدارية، إدارة أعمال، جامعة الأزهر، غزة، 2015.

2.صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، **أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن** –دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الاردني في عمان– الأردن، مذكرة ماجستير، إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2016.

ج–مذكرات الماستر:

1.مورادي سعيدة، **الصيرفة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع والمأمول**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص إقتصاد نقدي وبنكي، جامعة أحمد دراية –أدرار– 2019/2018.

2.العايشي مريم، اعماد صفية، **جودة الخدمة البنكية و تأثيرها على المنافسة بين البنوك**، مذكرة ماستر، كلية علوم الاقتصادية والتسيير وعلوم تجارية ، جامعة أحمد دراية أدرار ، الجزائر، 2017/2016 .

3.كيحل وداد، بابي أمينة، **واقع النوافذ الإسلامية في البنوك التجارية – دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA وكالة المدية**–، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، تخصص إقتصاد نقدي وبنكي، جامعة الدكتور يحي فارس، المدية، 2021/2020.

4.بخوش رميسة، بلقاسمي شريفة، **دور أنظمة ووسائل الدفع الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي التبسي –تسبة– 2018/2017.

5.بوعكوش حنان، زايدي شادية، **حماية العمليات المصرفية في ظل تطور الصيرفة الإلكترونية –دراسة حالة بنك الخليج الجزائر وكالة تبسة**– مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، علوم إقتصادية،2019/2018..

6.جناح مسيكة، قرادي أسماء، **الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين أداء الجهاز المصرفي**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص مالية، جامعة إبن خلدون، تيارت، 2017/2016.

7.سومية فرقاني، **وسائل الدفع الحديثة كمدخل لعصرنة الخدمات المصرفية في البنوك**، مذكرةلماستر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، في العلوم التجارية، جامعة الدكتور يحي فارس، المدية، 2013/2012.

8.بخوش رميسة، بلقاسمي شريفة، **دور أنظمة ووسائل الدفع الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي التبسي –تسبة– 2018/2017.

9.بوعكوش حنان، زايدي شادية، **حماية العمليات المصرفية في ظل تطور الصيرفة الإلكترونية –دراسة حالة بنك الخليج الجزائر وكالة تبسة**– مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، علوم إقتصادية،2019/2018..

10. جناح مسيكة، قرادي أسماء، **الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين أداء الجهاز المصرفي**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص مالية، جامعة إبن خلدون، تيارت، 2017/2016.

11. سومية فرقاني، **وسائل الدفع الحديثة كمدخل لعصرنة الخدمات المصرفية في البنوك**، مذكرة لماستر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، في العلوم التجارية، جامعة الدكتور يحي فارس، المدية، 2013/2012.

بوعيشة علي، طلحاوي جميلة، **وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في رفع الإيرادات المالية للبنوك التجارية**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص مالية المؤسسة، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2022/2021.

خليلي أحمد، المعتز بالله لخذاري، واقع وسائل الدفع الإلكترونية المصرفية في البنوك الجزائرية – حالة القرض الشعبي الجزائريcpa– مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية– دراسات إقتصادية36(02)، جامعة المسيلة.

عماد الدين بركات، طيبي حورية، **وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية**، مجلة القانون والتنمية المحلية، مخبر القانون والتنمية المحلية، أدرار– الجزائر، المجلد1، العدد2، جوان 2019.

12. الشيماء بلمجاهد، فلة عميري، **أثر تطبيق الخدمات البنكية الإلكترونية على زيادة الميزة التنافسة في البنوك التجارية – دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة المدية 851–** مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة يحي فارس، المدية، 2020/2019.

ثالثا: الحوليات والمطبوعات الجامعية:

1.نصيرة محاجبية، رابح بريش، **إستخدام تقنيات التكنولوجيا المالية في الصناعة المالية الإسلامية – دراسة حالة دول منظمة التعاون الإسلامي**، المجلد 16، العدد 02، ديسمبر 2022، حوليات جامعة قالمة للعلوم الإجتماعية والإنسانية.

2.عائشة بوثلجة، **الصيرفة الإلكترونية**، مطبوعة جامعية موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر، مالية وبنوك، جامعة شلف – حسيبة بن بوعلي – 2021/2020.

3. حمودي فريدة، **التجارة الإلكترونية في القانون الجزائري**، حوليات جامعة الجزائر1، المجلد 34، العدد 03، 2020،.

رابعا المجلات:

1.أديب قاسم شندي، **الصيرفة الإلكتروونية أنماطها وخيارات القبول والرفض**، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية، العدد 2011/27.

2.بالعبيدي عايدة عبير، مشرواي حدة، **تبني تقنيات التكتولوجيا المالية في مجال التقنية كآلية لرقمنة الشمول المالي – دراسة تجارب بعض الدول العربية –** المجلد 17، العدد 01، 2023، مجلة البحوث والدراسات العلمية..

3.خليلي أحمد، المعتز بالله لخداري، **واقع وسائل الدفع الإلكترونية المصرفية في البنوك التجارية**، – حالة القرض الشعبي الجزائري CPA–، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية – دراسات اقتصادية، جامعة زيان عاشور، المجلد 2، العدد 36، الجلفة، الجزائر، دون سنة نشر.

4.سعاد موساوي، محمد تقرووت، **تحديث الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية –دراسة حالة البنك الوطني الجزائري**– ، مجلة الريادة لإقتصاديات الأعمال، المجلد 09، العدد02، جوان 2023.

5.طبايبية رمزي، **الهوية الرقمية المصرفية كتوجه حديث لتحسين الخدمات المصرفية الإلكترونية – نظام Aadhaar الهندي أنموذجا** – المجلد 11، العدد 02، 2023، المجلة الجزائرية للعلوم الإجتماعية والإنسانية.

6.قلمام سعدة، مزيان محمد توفيق، دور التكنولوجيا المالية في تحقيق الشمول المالي وجذب العملاء، قراءة في مؤشرات الشمول المالي العالمية، المجلد 10، العدد 02، مجلة البحوث الإقتصادية والمالية، جامعة أم البواقي، 2023 .

7.نورالدين جليد،أمينة بركان، **الصيرفة الإلكترونية والمصارف الإلكترونية**، مجلة المعارف، العدد العاشر، جوان 2011، قسم 1/ العلوم القانونية والإقتصادية.

8. عثامنية فؤاد، عثامنية أمينة، عمامرة ياسمينة، **دور التكنولوجيا المالية الإسلامية في تعزيز الخدمات المصرفية – دراسة حالة عينة من متعاملي القطاع المصرفي الإسلامي الجزائري**، المجلد 8، العدد 01، 2024.

9. مريم بوشوشة، أماني عزوزة، **التحول الرقمي في مجال الخدمات المصرفية الإسلامية**، المجلد 34، العدد 04، ديسمبر 2023.

خامسا: المداخلات:

1.صلاح الياس، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول "عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية إعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر "، مداخلة بعنوان " **مستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديثة** "، سيدي بلعباس.

2.كمال مولوج، محمد طلحة، عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية إعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر –عرض تجارب دولية – مداخلة بعنوان **الصيرفة الإلكترونية وتأثيرها على جودة الخدمات المصرفية**، جامعة المدية، بجاية.

سادسا: المواقع الإلكترونية:

1. WWW.BNA.DZ